

**LA REALIDAD MEDIADA**

**Un análisis de las representaciones sociales del Tratado de Libre Comercio entre Colombia y Estados Unidos en el periódico El Tiempo en los años 2006, 2009 y 2012**

**Autor**

**Sara Isabel Bolaños Delgado**

**Universidad del Valle**

**Facultad de Ciencias Sociales y Económicas**

**Pregrado en Sociología**

**Cali, Colombia**

**2018**

**LA REALIDAD MEDIADA**

**Un análisis de las representaciones sociales del Tratado de Libre Comercio entre  
Colombia y Estados Unidos en el periódico EL TIEMPO en los años 2006, 2009 y 2012**

**Autor**

**Sara Isabel Bolaños Delgado**

**Trabajo de grado presentado como requisito para optar título de:  
Socióloga**

**Director**

**José Fernando Sánchez Salcedo**

**Universidad del Valle  
Facultad de Ciencias Sociales y Económicas  
Pregrado en Sociología  
Cali, Colombia  
2018**

*A mi mamá, por ser mi ejemplo a seguir, mi heroína y mi amiga incondicional.  
Por el apoyo, paciencia, amor infinito y por construir la mujer que soy ahora.*

## **Agradecimientos**

Este trabajo es la culminación de un logro importante de mi vida, por lo tanto, mi gratitud se extiende a muchas personas las cuales son más de las que aquí menciono. En primer lugar, a toda mi familia, a mi mamá, a mis abuelas Mariela y Elda, a mis tíos y tías, sobre todo Claudia por apoyarme incondicionalmente en todos mis proyectos, por su amor infinito y su ejemplo. Al amor, Pedro José por la motivación, ayuda y fortaleza. A mi partido, el MOIR por su apoyo y conocimientos, por motivar mi vida académica y política en la universidad, sin duda el tema de este trabajo es producto de ello.

A los profesores que hicieron parte de mi formación académica y política, a mi director José Fernando por la paciente labor para desarrollar este trabajo. Y por último a mi alma máter, la Universidad del Valle, que sin ella no hubiese tenido la oportunidad de formarme y la cual se convirtió en la fuente de motivación para trabajar todos estos años por su carácter público, científico, de alta calidad, al servicio de la nación.

*“La historia política dice que los imperios duran lo que dura su hegemonía sobre los medios de producción de comunicación”*

Prof. Dr. Harry Pröss  
Universidad Libre de Berlín.

## Contenido

<b>Introducción</b> .....	10
<b>Capítulo I</b> .....	11
Antecedentes y Referentes Conceptuales.....	11
1.1 Antecedentes.....	11
1.2. Referentes Conceptuales.....	20
1.2.1. Los medios de comunicación: en el caso de la prensa, como aparato ideológico del Estado. ....	20
1.2.1. La producción social de la comunicación, el papel de la mediación de los medios de comunicación y las representaciones sociales. ....	20
<b>Capítulo II</b> .....	24
Crónica y contexto de las negociaciones del Tratado de Libre Comercio (TLC) Entre Colombia y Estados Unidos.....	24
<b>Capítulo III</b> .....	34
Metodología del análisis de textos comunicativos .....	34
3.1. La Dimensión Estructural de los textos comunicativos.....	35
3.2. La Dimensión Cognitiva de los textos comunicativos .....	36
3.3. Caracterización del periódico .....	38
3.4. Caracterización de la muestra.....	40
<b>Capítulo IV</b> .....	41
<b>Resultados</b> .....	41
4.1. La Mediación Estructural .....	43
4.2. La Mediación Cognitiva .....	60
4.2.1 Análisis del rol. ....	75
4.2.2. La actuación del Actor en el desempeño del Rol.....	80
4.2.3 Análisis de utilización de fuentes .....	81
4.4. Nivel de evaluación .....	85
<b>Conclusiones</b> .....	88
Anexos	
· Tablas de Ilustraciones	
· Fichas de recolección de los años 2006, 2009 y 2012	
· Base de datos de análisis y de recolección	
· Base de datos fotográfica.	

## Tabla de Ilustraciones

Ilustración 1. Proceso de las representaciones sociales en las instituciones mediadoras.....	22
Ilustración 2. Relación de la comunicación pública y la sociedad. Forma en que operan los relatos y representaciones sociales .....	23
Ilustración 3. Modelo canónico para el análisis de la mediación estructural.....	36
Ilustración 4..Modelo canónico para el análisis de la mediación cognitiva.....	37
Ilustración 5. Ranking de los periódicos (prensa escrita) a nivel nacional – EGM (Población en miles de personas (000)).....	39
Ilustración 6. Esquema mediación estructural. ....	40
Ilustración 7. Esquema mediación cognitiva. ....	40
Ilustración 8. Publicación de textos comunicativos sobre el TLC entre EE. UU y Colombia en el periódico El Tiempo en los años 2006, 2009 y 2012.....	43
Ilustración 9. Cambios en el diseño del periódico El Tiempo .....	44
Ilustración 10. Aspecto sección de Económicas .....	44
Ilustración 11. Textos publicados en el espacio "en breves" durante los años 2006, 2009 y 2012 en el periódico El Tiempo. ....	45
Ilustración 12. Secciones con distribución de espacio " en breves" en el periódico El Tiempo en los años 2006, 2009 y 2012 .....	46
Ilustración 13. Textos sobre el TLC distribuidos por las secciones del periódico El Tiempo durante los años 2006, 2009 y 2012 .....	47
Ilustración 14. Textos distribuidos en secciones del periódico El Tiempo en los años 2006, 2009 y 2012 .....	48
Ilustración 15. Tipo de textos comunicativos en el periódico El Tiempo en los años 2006, 2009 y 2012 .....	49
Ilustración 16. Tipo de textos en el periódico El Tiempo durante los años 2006, 2009 y 2012. ....	51
Ilustración 17. Tipo de textos por secciones del periódico El Tiempo durante los años 2006, 2009 y 2012 .....	51
Ilustración 18. Porcentaje de textos publicados por las páginas del periódico El Tiempo en los años 2006, 2009 y 2012.....	52
Ilustración 19. Porcentaje de número de textos por página en el periódico El Tiempo distribuidos en los años 2006, 2009 y 2012.....	53
Ilustración 20. Distribución de secciones del periódico El Tiempo en páginas, durante los años 2006, 2009 y 2012.....	54
Ilustración 21. Presencia de imágenes en los textos comunicativos en el periódico El Tiempo durante los años 2006, 2009 y 2012.....	54
Ilustración 22. Utilización de imágenes en las secciones del periódico el Tiempo, durante los años 2006, 2009 y 2012.....	55
Ilustración 23.Tipo de imágenes que acompañan los textos comunicativos en el periódico El Tiempo en los años 2006, 2009 y 2012.....	56
Ilustración 24. Tipo de imágenes por sección del periódico El Tiempo, en los años 2006, 2009 y 2012. ....	57
Ilustración 25. Actores protagonistas referenciados en los textos comunicativos del periódico El Tiempo en los años 2006, 2009 y 2012 .....	63
Ilustración 26. Participación de los actores protagonistas durante los años 2006, 2009 y 2012 en el periódico El Tiempo .....	64
Ilustración 27. Participación de los actores antagonistas año 2006, 2009 y 2012 en el periódico El Tiempo .....	68
Ilustración 28. Actores antagonistas en los textos comunicativos del periódico El Tiempo durante los años 2006, 2009 y 2012 .....	68
Ilustración 29. Actores ayudantes en los textos comunicativos del periódico El Tiempo en los años 2006, 2009 y 2012.....	71

Ilustración 30. Participación de los actores ayudantes en el periódico El Tiempo durante los años 2006, 2009 y 2012.....	72
Ilustración 31 . Actores afectados en los textos comunicativos del periódico El Tiempo en los años 2006, 2009 y 2012.....	74
Ilustración 32. Participación de los actores afectados durante los años 2006, 2009 y 2012 en el periódico El Tiempo .....	74
Ilustración 33. Actores que asumieron rol de cooperantes en los textos comunicativos .....	76
Ilustración 34. Actores que asumieron el rol de cooperantes en el periódico El Tiempo, durante los años 2006, 2009 y 2012 .....	77
Ilustración 35. Actores que asumieron rol de opositores en los textos comunicativos en el periódico El Tiempo en los años 2006, 2009 y 2012. ....	78
Ilustración 36. Actores que asumieron el rol de opositores en el periódico El Tiempo en los años 2006, 2009 y 2012.....	79
Ilustración 37. Personas utilizadas como fuentes en el periódico El Tiempo en los años 2006, 2009 y 2012 .....	82
Ilustración 38. Personas utilizadas como fuentes durante los años 2006, 2009 y 2012 en el periódico El Tiempo .....	83
Ilustración 39. Uso de organizaciones como fuentes por el periódico El Tiempo en los años 2006, 2009 y 2012 .....	84
Ilustración 40. Uso de organizaciones como fuentes en el periódico El Tiempo en los años 2006, 2009 y 2012 .....	85
Ilustración 41 . Expresiones del TLC en los textos comunicativos del periódico El Tiempo en los años 2006, 2009 y 2012.....	86
Ilustración 42. Mención de expresiones del TLC el periódico El Tiempo en los años 2006, 2009 y 2012 .....	87



## **LA REALIDAD MEDIADA**

### **Un estudio de las representaciones sociales del Tratado de Libre Comercio entre Colombia y Estados Unidos en el periódico El Tiempo en los años 2006, 2009 y 2012**

#### **Resumen**

Los textos comunicativos surgen de una coyuntura política, social y económica determinada, en los cuales “están inmersos por puntos de vista y valores que responden al encuentro de intereses generales y particulares del relator que los elabora” (Serrano, 1994, pág. 131). El estudio de dichos textos nos permitirá conocer cómo los medios de comunicación influyen en la interpretación de la realidad de los individuos.

El propósito fundamental de este trabajo investigativo es analizar las representaciones sociales del Tratado de Libre Comercio (TLC) entre Colombia y Estados Unidos en el periódico El Tiempo, versión impresa. Para ello, se identifican los actores que aparecen en el relato, los roles que juegan, las fuentes que utiliza el periódico para construir los textos comunicativos, los términos en que el periódico se refirió al TLC, por último, se analizará la variación o transformación de los productos comunicativos en el tiempo. Para ello, se aplicará el modelo de análisis documental-cualitativo propuesto por Manuel Martín Serrano.

#### *Palabras claves:*

*TLC EE. UU- Colombia - representaciones sociales - prensa – textos comunicativos- mediaciones sociales.*

## **THE MEDIATED REALITY**

### **A study of the social representations of the Free Trade Agreement between Colombia and the United States of America in the newspaper El Tiempo in the years 2006, 2009 and 2012**

#### **Abstract**

The communicative texts arise from a determined political, social and economic conjuncture, in which "they are immersed by points of view and values that respond to the meeting of general and particular interests of the rapporteur who prepares them" (Serrano, 1994, page 131). The study of texts will allow us to know how the media influences the interpretation of the reality of individuals.

The fundamental purpose of this research is to analyze the social representations of the Free Trade Agreement (FTA) between Colombia and the United States of America in the printed version of the newspaper El Tiempo. To do this, identification of the actors that appear in the story, the roles they play, the sources used by the newspaper to construct the communicative texts and the terms in which the newspaper referred to the FTA will be performed, finally, variation or transformation of the communicative products through time will be analyzed. For this, documentary-qualitative analysis model proposed by Manuel Martín Serrano will be applied.

*Keywords: FTA EE. UU- Colombia - social representations - the newspaper - communicative texts - social mediations.*

## Introducción

El estudio de los medios de comunicación, en especial de la prensa, es un asunto que la Sociología y en general las Ciencias Sociales deben abordar, ya que “la existencia de información que se produce, distribuye y se usa de forma institucionalizada y que concierne a los acontecimientos que interesan a la comunidad en su conjunto es la razón por la que las ciencias de la comunicación pueden tener una disciplina que pertenece al ámbito de los estudios sociales” (Serrano, 1994, p.20).

Por ende, la prensa como institución mediadora, ejerce una gran influencia social, al ofrecer representaciones sociales de lo que sucede, las cuales circulan mediante los textos comunicativos como: noticias, caricaturas, informes, reportajes, que a su vez están mediados por intereses de individuos o grupos. Dichas representaciones influyen en la construcción de creencias, opiniones, valores que tienden a perpetuar el orden social y reproducir diferencias sociales, religiosas, políticas o desigualdades de clase, género, etnia, cultura, entre otras. Por esta razón, los medios de comunicación cumplen dos funciones: la primera, “una función socializadora y de reproducción de la comunidad y la segunda, una función de control social y de generación de opinión” (Serrano, 1994, p.43).

Por lo tanto, el propósito fundamental de este trabajo es analizar las representaciones sociales del TLC entre Colombia y Estados Unidos en el periódico El Tiempo durante los años 2006, 2009 y 2012. Cada año corresponde a una etapa importante del acuerdo comercial, el 2006, corresponde el año final de la etapa de negociación comercial, en el cual hubo dos momentos cruciales: el mes de febrero y noviembre, el 2009, corresponde un año intermedio de la llamada “etapa de congelamiento legislativo” que duró 5 años y el año 2012, corresponde a la etapa final del tratado, en la cual entra en vigencia en el mes de mayo.

Para ello, se identifican los actores que aparecen en el relato, los roles que juegan, las fuentes que utiliza el periódico para construir los textos, los términos en que se refirió al TLC y la variación de los relatos en el tiempo. Para este propósito, se aplica la metodología de Manuel Martín Serrano, que se basa en dos categorías analíticas: la mediación cognitiva y la mediación estructural. La hipótesis general de esta investigación es afirmar que el periódico El Tiempo, como institución, proyectó una representación social favorable del Tratado de Libre Comercio y relegó la crítica del mismo.

El contenido de este trabajo iniciará con un primer capítulo, referente a los aportes metodológicos y conceptuales de los trabajos investigativos sobre el análisis de representaciones sociales a nivel nacional e internacional, posteriormente se expondrá el corpus conceptual del mismo. En el capítulo II, se pondrá en contexto el proceso de negociación del TLC entre Colombia y Estados Unidos, describiendo las etapas del acuerdo comercial, los temas discutidos en ellas y las condiciones socioeconómicas bajo las cuales se desarrollaron. En el tercer capítulo, se explicará el diseño metodológico de Manuel Martín Serrano, finalmente se expondrán los resultados en el cuarto capítulo y conclusiones de la investigación.

Entre los intereses que impulsan este trabajo de investigación, está en primer lugar, comprender las estrategias que tienen los medios de comunicación, especialmente la prensa, para abordar un tema como el TLC y la manera como creó una interpretación favorable alrededor de él. El segundo motivo, considerar como un gran hecho político y económico la firma de este tratado para el país, el cual tardó 3 años para ser negociado y otros 6 años para entrar en vigencia, característica que ningún otro acuerdo comercial de Colombia presenta. Esto permitió durante 9 años la generación de información y circulación de opiniones contrapuestas que llevó a la apertura de discusiones más profundas sobre el modelo económico y social que proponía este tipo de acuerdos.

En conclusión, el trabajo intentará aportar al estudio de la producción de comunicación, especialmente la comunicación institucionalizada y al análisis de los textos comunicativos, los cuales influyen en la configuración del marco referencial de los individuos de una sociedad, es decir, en sus imaginarios sociales como en sus opiniones sobre la realidad. Además, se intentará demostrar que los medios de comunicación son autónomos y reflejan una realidad mediada por intereses políticos, económicos, de clase, entre otros.

## **Capítulo I**

### **Antecedentes y Referentes Conceptuales**

#### **1.1 Antecedentes**

El estudio de los textos comunicativos de los medios de comunicación nos ayuda a comprender cómo estos actúan como elementos estructuradores de la interpretación social de los individuos. Los textos son “elaborados por un mediador institucional o institución mediadora, en este caso la prensa, en la cual la representación social inmersa en ellos, adquiere el valor de una representación

colectiva, o se legitima por ella” (Serrano, 1994, pág. 47). En este sentido, toda lectura u opinión en los medios de comunicación sobre la realidad política, social, económica del país adquiere una legitimidad social.

Con el propósito de recoger aportes teóricos y metodológicos para la presente investigación, se presentan algunos trabajos a nivel internacional y nacional sobre el análisis de las representaciones sociales en los medios de comunicación.

En primer lugar, el trabajo de Cristina Villalobos Molina en el año 2005, titulado: “Análisis de la representación del "inmigrante delincuente" en la prensa española de referencia” en este se evidencia la estrecha vinculación entre lo social y lo comunicativo dando a conocer las estrategias que manejaron los periódicos: El País, El Mundo y ABC para formar la opinión de sus lectores acerca del fenómeno de la inmigración. El trabajo se elabora con base en el modelo del Análisis Crítico del Discurso de Van Dijk, enfocado en el análisis de titulares de los periódicos durante el año 2002, ya que según Molina (2005) “los hábitos de lectura de los consumidores de prensa escrita, demostraron que la lectura que se hace de prensa es superficial y está reducida a una lectura de titulares” (p.154).

Molina (2005) desarrolla de manera interesante el concepto de la prensa y su papel mediador, en el cual señala que se negocian y se articulan de forma dinámica y continuada, tanto las imágenes como las representaciones de diversos colectivos e individuos, permitiendo considerar la prensa como un referente social, ya que es “una de las instancias de socialización más importantes porque es una fuente de conocimiento y de formación de opiniones” (Molina, 2005, p.154) con la capacidad de fijar en la conciencia social una determinada lectura sobre la realidad.

La investigación de Molina (2005) reveló que los periódicos publicaron dos clases de textos en el año 2002: el primero son textos con *sucesos étnicos* que “hacen un énfasis especial en la otredad (la nacionalidad, la religión, el color de la piel...) de la víctima o del culpable” (Molina, 2005, p.156) y *segundo textos de declaraciones políticas*, que hace referencia a declaraciones de políticos, de especialistas, de representantes policiales, de columnistas.

Además, evidenció varias estrategias discursivas de los periódicos para referirse al inmigrante delincuente, la primera, fue el uso de la cifra estadística con lo cual otorgó mayor credibilidad y veracidad a los textos. La segunda, fue el uso de fuentes periodísticas institucionales muy cercanas a los medios tales como “responsables políticos y oposición, Policía, Ministerio del Interior, Instituciones Penitenciarias, el Centro de Investigaciones Sociológicas, expertos, columnistas de

opinión” (Molina, 2005, p.157). De esta manera, la prensa relacionó la delincuencia, la inseguridad ciudadana y los inmigrantes, a la vez que alimentó los sentimientos de xenofobia.

Posteriormente, en el trabajo de Julieta Carabaza González en el año 2007, titulado el papel de la prensa en la construcción de las representaciones sobre la problemática ambiental en los habitantes de Saltillo, Coahuila, en el cual pretende encontrar la relación entre la construcción de representaciones y los problemas del entorno natural. Para ello, desarrolla el trabajo bajo el análisis documental de Hansen aplicándolo a tres periódicos en Saltillo, Coahuila: Vanguardia, El Diario de Coahuila y Palabra, además hace uso de un sondeo de opinión junto a una serie de entrevistas focalizadas.

Carabaza (2007) señala que la sociedad no puede ser entendida sin uno de sus componentes indispensables: *la comunicación*, que es uno de los mecanismos mediante el que se organiza el sistema social, porque modifica “el estatuto cognitivo del saber y la razón de una colectividad” (Martín Barbero, 1992: 11) (Citado por Carabaza, 2007, p.42).

De esta manera, propone que para entender el papel mediador de los medios de comunicación se debe tener en cuenta tres términos: *la comunicación*, *la construcción de la realidad* y *la representación de la realidad*, en donde la comunicación se entiende como un “proceso dialéctico en donde los actores, los instrumentos, las expresiones y las representaciones se encuentran en relación con los objetos de referencia, las intervenciones y las mediaciones originadas en el sistema social” (Serrano, 1993) (Citado por González, 2007, p.43). Por esta razón, la información emitida por los medios, evoca una o varias representaciones sobre el objeto o sujeto en cuestión. Frente a la representación social se debe entender como “el producto final obtenido de la interrelación de los componentes del Sistema Social y del Sistema de Comunicación del grupo social estudiado” (Serrano, 1993, Citado por González, 2007, p.46), es decir, son “imágenes que condensan un conjunto de significados; sistemas de referencia que nos permiten interpretar lo que sucede; categorías que sirven para clasificar las circunstancias, los fenómenos, los individuos” (Vidal, 2002: 98) (Citado por González, 2007, p.47), por eso no existe en la comunicación “una estructura o un proceso de representación que sea autónomo respecto a los mecanismos generales que operan en la elaboración de modelos de la realidad y en la construcción del sentido” (Serrano, 1994).

De esta manera, la autora logra identificar el modo con el que la prensa de la región participa en la construcción de la cultura ambiental de los habitantes saltillenses, y lo hace por medio de la nota informativa, cuyo contenido es escaso, simplista y de carácter poco indagatorio. Además,

revela como la prensa se mantenía al margen de la problemática ambiental presentando únicamente los hechos político-económicos, de desastres naturales y fauna con la intención de espectacularizar los hechos (Carabaza, 2007, p.64).

Por otra parte, determina que la representación social no conlleva modelos para la acción en los entrevistados, debido a que se detecta una actitud de indiferencia y de no involucramiento, por último, identifica que las organizaciones civiles, los ciudadanos y los especialistas se encuentran marginados en la información siendo considerados esporádicamente como fuentes periodísticas importantes, que se deba según (Carabaza, 2007, p.64) a la falta de estrategias de comunicación de estos grupos o a las rutinas profesionales que se les impone a los periodistas para la recolección de la información.

En el año 2011, Ferreira Marinho & Cappellano dos Santos en su trabajo “Representaciones sociales del fenómeno turismo sexual: Análisis de notas periodísticas”, examinan las representaciones sociales del turismo sexual en el periódico Gazeta de Alagoas, identificando mediante el análisis discursivo de noticias periodísticas, las concepciones del turismo sexual (TS) a la criminalidad vinculada a drogas, al tráfico y la explotación sexual de mujeres y menores. Aplicando una metodología cualitativa, que se enfoca en el análisis hermenéutico, estudian las notas que se encontraron con el término de búsqueda “turismo sexual” entre los años 2007 y 2009.

Si bien el abordaje teórico del trabajo de Ferreira Marinho & Cappellano dos Santos (2011) se orienta en la perspectiva teórica del psicólogo social francés Serge Moscovici, hay elementos interesantes, por ejemplo, abordan las representaciones sociales como “productos sociales” los cuales están “formados por las condiciones sociales asociadas a las interpretaciones de los individuos y a las reinterpretaciones desarrolladas por los sujetos sociales en los espacios de interacción” (Spink, 1995) las cuales, se elaboran bajo “un contexto intertextual, en la interfaz del texto socio-histórico y del discurso que se instituye en las relaciones sociales” (Spink, 1995) (citado por Ferreira Marinho & Cappellano dos Santos, 2011, p.1178). Por otro lado, abordan la prensa “como un medio de interacción en el cual las voces discursivas actúan como elementos estructuradores de representaciones sociales, estructurados por ellas” (Ferreira y Cappellano, 2011, p.1179).

Por lo tanto, las representaciones sociales juegan un papel estructurador sobre el pensamiento y la realidad, logrando que la comunicación dentro de un grupo no sea problemática, reduciendo la imprecisión a través de cierto grado de consenso entre sus miembros. Esto sucede porque las

representaciones “aparecen como una modalidad de conocimiento práctico dirigido a la comprensión del mundo (Moscovici, 2004) (Citado por (Ferreira Marinho & Cappellano dos Santos, 2011, p.1179).

De este modo, las autoras identificaron que las notas del periódico Gazeta de Alagoas, centra las noticias directamente en el tema “turismo sexual” a casos policiales que involucran redes de agencias de turismo, organización y realización de eventos para debatir sobre el tema. Además, revelan cómo la prensa apelaba a la “*heterogeneidad mostrada*” mediante la inclusión en las notas periodísticas del discurso de figuras de autoridad, en donde corroboran los enunciados de los locutores confiriéndole así mayor credibilidad a su discurso.

Posteriormente, Matías Artese de la Universidad de Buenos Aires en su investigación titulada “La protesta social y sus representaciones en la prensa argentina entre 1996 y 2002”, presenta la relación entre los enfrentamientos físicos y sus representaciones en seis episodios acaecidos en Argentina entre 1996 y 2002, en los cuales según el autor se difundieron una serie de estigmatizaciones políticas e ideológicas de los manifestantes con la intención de legitimar soluciones represivas. El trabajo se realiza bajo la metodología del análisis crítico del discurso de Van Dijk y Moscovici, enfocado en la producción de sentido en torno al ejercicio y abuso de poder, en particular a los actos de discriminación étnico-racial, política, migratorio o de género. De este modo, se analizaron dos categorías de análisis en 805 declaraciones de la prensa, en primer lugar, se analizó la difusión de caracterizaciones y definiciones de todos los sujetos involucrados en el conflicto, en un segundo lugar, la difusión de pedidos, exigencias y denuncias.

En la investigación, Artese (2011) aborda la prensa como “tribuna de difusión de interpretaciones generadas por los actores en momentos específicos del conflicto”, sin embargo, puntualiza que no del total de las interpretaciones sino aquellas que los medios de comunicación les interese. Por esta razón señala que los grandes medios de información tienden a “imponer su realidad y su orden como los únicos posibles, mediante relatos donde están inmersos los discursos políticos influyentes que tienden a controlar la mente pública y las ideologías del público en general” (Van Dijk, 2007) (Citado por Artese, 2011, p.98).

De este modo, el autor identifica que los mensajes emitidos por los manifestantes como los de sus posibles aliados políticos fueron de carácter defensivo, al reivindicar las causas y objetivos de los reclamos o al denunciar la violencia institucional. Por otro lado, evidenció que para los funcionarios de gobierno las protestas excedieron la reivindicación meramente económica y

plantearon una relación de fuerzas inadmisibles, por ello, se enfocaron a difundir juicios de valor negativos tanto a las protestas como a quienes las impulsaron, para justificar la violencia institucional. Por último, el autor halló que en el escenario de la lucha discursivo-ideológica, fue donde se definió la verdad o falsedad de los hechos. (Artese, 2011, p. 109).

Para el año 2012, Silvia Gutiérrez y Yazmín Cuevas en su trabajo titulado: “Representaciones sociales de Enrique Peña Nieto, candidato a la presidencia de México 2012-2018, en la prensa escrita” analizaron a partir de los titulares y las notas sobre ciertos acontecimientos en el transcurso de las precampañas y campañas del 2012, las representaciones del candidato en tres diarios mexicanos de circulación nacional: El Universal, La Jornada y Reforma.

En el trabajo, Gutiérrez & Cuevas (2012) abordan las representaciones sociales bajo la teoría de Moscovici, que las concibe como “un corpus organizado de conocimientos y una de las actividades psíquicas gracias a las cuales los hombres hacen inteligible la realidad” (1979, p.18), por las que se “permiten describir, clasificar y explicar los fenómenos de las realidades cotidianas” (Ibáñez, 2001, p.192) (Citado por Gutiérrez & Cuevas, 2012, pp.70-71). Por esta razón, las representaciones sociales pueden producir nuevos comportamientos además construir nuevas relaciones con el objeto de representación.

Por otro lado, abordan la prensa escrita como un lugar importante en la elaboración y proyección de representaciones sociales, presentando “información y opiniones en función de sus intereses, en las cuales resaltan o minimizan determinadas características del suceso y se aprueban o desaprueban ciertos contenidos” (Rouquette, 1986) (Citado por Gutiérrez & Cuevas, 2012, p.64). De tal modo que estas representaciones sociales “contienen huellas de su contexto de producción y al ser presentadas al público, adquieren nuevos sentidos para sus lectores” (Gutiérrez & Cuevas, p.74).

Los hallazgos de esta investigación determinaron que cada diario construyó una representación propia del candidato del PRI según su ideología política y sus intereses. En el caso de El Universal, la imagen que proyectó de Enrique Peña Nieto, fue muy similar a la que el propio candidato construyó de sí mismo durante toda su campaña política; es decir, lo presentó como alguien tolerante, respetuoso y democrático. El Universal proyectó al candidato del PRI como un político respetuoso ante la crítica, y La Jornada elaboró una imagen que en muchos aspectos coincide con la del periódico Reforma.



En conclusión, las investigaciones internacionales presentan un enfoque teórico y metodológico similar, el enfoque psicosocial de Moscovici y Van Dijk, abordaje que no se comparte en esta investigación, ya que este trabajo se enfocará en la mediación de los medios de comunicación. Sin embargo, las investigaciones arrojaron abordajes conceptuales interesantes y mecanismos de difusión de las representaciones sociales en la prensa.

Los trabajos en el ámbito nacional se encontraron bajo las disciplinas de Ciencias Sociales y Comunicación Social, entre ellos está el de Camilo Adolfo Mayor de la Universidad del Valle, quien analizó las tres representaciones sociales urbanas sobre Cali: Cali, capital deportiva, ciudad cívica y sede del narcotráfico, con el propósito de rastrear a partir del diario El País, las diversas formas en que se conoció a esta ciudad e identificando los agentes de la formación de una representación social.

Mayor señala que la función de las representaciones sociales es: [...] lograr interpretar la realidad social [...], organizar las relaciones sociales fijando reglas de conducta a través de permisos o prohibiciones y legitimar o no, las relaciones sociales” Moscovici, (pp. 16-17). Por eso, en la reproducción de las representaciones intervienen diversos actores sociales que a manera de agentes “facilitan los procesos de anclaje, objetivación y ritualización descritos, contribuyendo a hacer efectivas y eficaces las funciones de las mismas” (Mayor, 2008, p.17).

De esta manera, el autor identifica en su investigación que hay tres agentes que son relevantes para la producción y reproducción de las representaciones sociales, ellos son: las instituciones políticas, los grupos de establecidos y los medios de comunicación, mediante los cuales se “promueve la construcción de una idea a través de la cual se da a conocer una realidad material de la ciudad de Cali” (Mayor, 2008, p.177), la cual “no un simple reflejo de la realidad, sino que en ella se expone una realidad social falseada” (Mayor, 2008, p.178). Además, identificó que ninguna de las representaciones sociales cumplió su ciclo, ya que algunas tuvieron mayor desarrollo en los procesos de objetivación e institucionalización y otras no alcanzaron su ritualización referente a su práctica habitual que diera posibilidad a legitimar el orden establecido.

Para el año 2009, Juliana Angélica María Ríos en su trabajo “La representación social del fenómeno del desplazamiento forzado en la prensa colombiana” analiza la representación social del fenómeno del desplazamiento en los periódicos colombianos: El Tiempo, El Espectador, El Nuevo Siglo, El Herald, El Universal, El Colombiano, Vanguardia Liberal, El País, El Nuevo Día, y Diario del Sur, durante el año 2005, bajo el análisis crítico del discurso de Van Dijk

enfocado los titulares de prensa, ya que “éstos definen subjetivamente la situación y expresan el mayor tópico de la noticia, su estructura temática” Van Dijk (1988) (Citado por Ríos, 2009, p.140).

Ríos (2009) aborda las representaciones sociales desde el estudio de la comunicación y el lenguaje, donde el lenguaje “es el medio por el cual la representación (significado, opinión, pensamiento) se manifiesta y permite representar un objeto ausente, un suceso pasado o evocar el futuro” (Moscovici; 2003) (Citado por Ríos, 2009, p.130). De este modo, las representaciones están tanto en los medios de comunicación como en la mente de las personas, por ello “es necesario interceptarlas, ejemplificarlas y analizarlas en ambos lugares [...] ya que no sólo forman parte de la cognición sino también de la cultura” (Farr, 2003) (Citado por Ríos, 2009, p.130).

De esta manera, la autora identifica que la prensa escrita colombiana ha construido una representación social homogénea y estereotipada de las personas desplazadas, “en donde [...] se caracterizan por mostrar las cualidades negativas de las víctimas, por un lado, y las cualidades positivas del Estado, por el otro” (Ríos, 2009, p.134). Además, evidencia que la población desplazada “se muestra distanciada de «*nuestra sociedad*» a partir de la presentación de las diferencias materiales y sus voces son excluidas del discurso con el que se describe su realidad” (Ríos, 2009, pp.144-145) con el propósito de ocultar o evitar nombrar a los actores directamente implicados en el desplazamiento forzado.

Para el año 2014, María Carolina Cubillos Vergara en su trabajo “Mujeres en el papel: representaciones de la mujer en el discurso de la moda, 1960-1970”, analiza las representaciones de la mujer con el objetivo de comprender desde una dimensión histórica y semiológica, los procesos de transmisión de las representaciones que definieron los roles tradicionales femeninos y los roles que fueron signos de los cambios sociales y culturales. Para ello, aplicó el análisis del discurso propuesto por Van Dijk a los medios escogidos como: la Revista Cromos, Nosotras, Fabricato al día, El Obrero Católico y El Colombiano.

La investigación caracteriza la década del sesenta como la “Edad de Oro”, en la cual se generó la reestructuración del capitalismo y el avance en el proceso de internacionalización de la economía, que “trajo consigo una “ola de consumo” mediático y vestimentario acompañada de cambios trascendentales en la reasignación de roles sociales y en la transformación paulatina de las representaciones socioculturales relacionadas con la mujer”. (Vergara, 2014, p.211).

Vergara (2014) con base en Roger Chartier aborda las representaciones como “matrices de prácticas constructivas del mundo social, que permiten comprender los imaginarios y símbolos

constitutivos de la identidad de una sociedad”, por esta razón, el texto se aborda como un “producto histórico en el cual se interrelacionan la lógica de la producción de los discursos, con el contexto social y las disposiciones técnicas y materiales para su elaboración y difusión” (Vergara, 2014, p.215). De esta manera, la autora identifica que la prensa tuvo un carácter mixtificador, en la medida en que presentó dos representaciones de la mujer: por un lado, prolongó la representación del prototipo de “mujer ideal” en el rol de esposa, madre y ama de casa, caracterizado por sus cualidades espirituales y su belleza física, y por otro, aparecieron los modelos femeninos como la mujer moderna. Por ello, la prensa “se encargó de reafirmar los papeles tradicionales asignados a cada sujeto, afianzando los valores y la transmisión de pautas de comportamiento en los que lo femenino estuvo en oposición a lo masculino, y la existencia de lo masculino estuvo bajo un estatus de “género universal” (Vergara, 2014, pp. 233-234).

En síntesis, los aportes de las investigaciones internacionales y nacionales a la presente investigación son de carácter teórico, ya que el grueso de las investigaciones aplicó la metodología del análisis crítico del discurso de Van Dijk, enfocado en el análisis de los titulares de prensa, dejando de lado el análisis de los agentes de la comunicación social en la prensa, los roles, entre otros elementos que propone Manuel Martín Serrano. Además, en su gran mayoría se realizaron desde la perspectiva de la comunicación social o la lingüística y no desde la perspectiva sociológica.

Las investigaciones brindaron elementos para identificar algunas características generales de la prensa latinoamericana, la cual utiliza la nota periodística como medio de difusión de las representaciones sociales. En el aspecto estratégico, la prensa utiliza medios lingüísticos tales como: exageraciones, metáforas, adjetivos, palabras o frases que reforzaban el argumento o la posición del medio frente a un tema, además hace uso constante de fuentes de autoridad, tales como personajes políticos, ciertos líderes académicos, jefes de partido, ministros, directores de instituciones gubernamentales, los cuales otorgan mayor legitimidad y fidelidad y también hacen uso de la cifra estadística identificada en el trabajo de (Molina, 2005).

Por lo tanto, se pretende que el presente trabajo investigativo desde las Ciencias Sociales y la Teoría Social de la Comunicación de Manuel Martín Serrano, aporte al análisis de las instituciones mediadoras, en este caso la prensa. En este sentido, se identificará la manera como los relatos comunicativos que contienen representaciones sociales, ejercen una influencia social sobre la forma que comprendemos la realidad o algún acontecer.

## **1.2. Referentes Conceptuales**

### **1.2.1. Los medios de comunicación: en el caso de la prensa, como aparato ideológico del Estado.**

Para comprender la influencia de la prensa sobre los individuos, esta debe ser abordada como un aparato ideológico que “sirve como reproductor y unificador de una ideología Estatal predominante” (Althusser, 1989). La función de ella es “legitimar y asegurar la dominación de una clase sobre otra (violencia simbólica) aportando el refuerzo de su propia fuerza a las relaciones de fuerza que las fundan, y contribuyendo así, según la expresión de Weber, a la “domesticación de los dominados” (Bourdieu, 2001, p.94).

Por ende, en la disputa sobre el control de los medios de comunicación o del monopolio de la violencia simbólica legítima (como se refiere Bourdieu a los Medios de Comunicación), se produce una lucha de intereses, ideologías entre las clases sociales, ya que “ninguna clase puede tener en sus manos el poder de Estado en forma duradera sin ejercer al mismo tiempo su hegemonía sobre y en los aparatos ideológicos de Estado” (Althusser, 1989, p.191). Por esta razón, el poder simbólico de estos instrumentos es invisible ya que “no puede ejercerse sin la complicidad de los que no quieren saber que lo sufren o incluso lo ejercen” (Bourdieu, 2001, p.88).

Por lo tanto, el poder simbólico es un poder de construcción de la realidad que “tiende a establecer el sentido inmediato del mundo (y, en particular, del mundo social) y de igual modo, hace posible el consenso sobre el sentido del mundo social y que contribuye fundamentalmente a la reproducción del orden social”. (Bourdieu, 2001, pp. 89-92). De esta manera, los medios de comunicación son una manera “irreconocible, transfigurada y legitimada de otras formas de poder, [...] capaz de producir efectos reales sin gasto aparente de energía” (Bourdieu, 2001, pp. 98-99).

### **1.2.1. La producción social de la comunicación, el papel de la mediación de los medios de comunicación y las representaciones sociales.**

Según Serrano (1994) para comprender el objetivo de los medios de comunicación, se debe analizar la producción de la comunicación como una práctica social, que permita develar el papel de la mediación, descubrir cómo opera y por qué se produce de cierta manera la comunicación institucionalizada. Para lograrlo, es necesario tener en cuenta la relación que existe entre el cambio del entorno social y la transformación de la conciencia de los individuos, en donde los medios de comunicación tienen incidencia a través de los relatos buscando que “acepten como suyas unas

interpretaciones del mundo que son contrarias tanto a la objetividad como a sus intereses” (Serrano, 1994, p.41).

En ese sentido, la Teoría Social de la Comunicación de Serrano (1994) es la adecuada para develar dicha influencia de los relatos, en donde operan el Sistema de Referencia (SF) y Sistema Cognitivo (SCo), los cuales son interdependientes y autónomos. Estos funcionan “estableciendo un tránsito desde el nivel existencial donde se transforma el mundo, al nivel cognitivo donde se modifica el conocimiento sobre el mundo” (Serrano, 1994, p.110), es decir, lo que acontece en la sociedad se encuentra en el Sistema de Referencia y lo que comprende el individuo sobre ella, pertenece al Sistema Cognitivo, que es donde operan las representaciones que cada cual hace sobre la realidad.

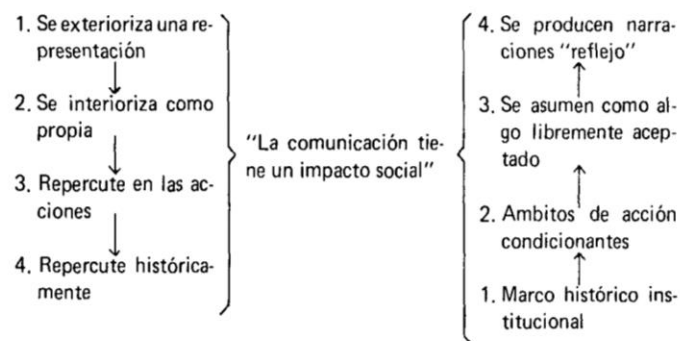
Ahora bien, las representaciones sociales inmersas en los relatos cumplen dos funciones, por un lado, proporcionan una interpretación de la sociedad. Es decir, una teoría de la sociedad que sirve para lograr el consenso entre todos los actores, organizaciones e instituciones y, por otro lado, “proporciona subjetivamente graficaciones cognitivas y afectivas, en donde la representación social sea asumida por los individuos como una interpretación válida del mundo para que puedan ser interiorizadas” (Serrano, 1994, pág. 43). De esta manera, la comunicación institucionalizada, ofrece relatos que son compatibles con las concepciones del orden social vigente.

Serrano (1994) señalaba que el SCo puede afectar al SR, a través de las consecuencias materiales que puedan tener en el entorno los actos que llevan a cabo los individuos, es decir, que el SR solo puede ser afectado si la información que aportan los relatos desemboca a una acción social, aunque dicha afectación no sea tan clara y directa al estar sujeta a condiciones específicas del Sistema Social. Se debe tener en cuenta que para que un relato desemboque en una transformación social debe pasar por los siguientes niveles:

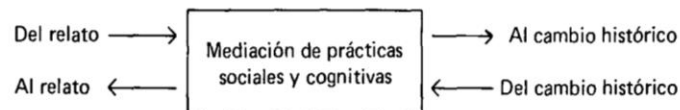
En primer lugar, el nivel narrativo, que es la elaboración del texto comunicativo donde se propone una determinada visión de la realidad; el segundo nivel es el cognitivo, en el que el actor social asume como propia tal visión del mundo propuesta: *la interioriza*; el tercer nivel es el práctico, que ocurre cuando se presenta la interiorización del modelo por el actor social e incide en sus prácticas; y por último está el nivel histórico, donde las prácticas del actor redundan en un cambio social (Samper, 1986, pág. 49) (Ver *ilustración 1*)

De esta manera, el lector puede utilizar esa información en función de sus expectativas o intereses, pudiendo elaborar otra representación del acontecer o de la realidad, aspecto que el medio no puede preconfigurar en el relato emitido (Serrano, 1994, p.113). Por esta razón, no todos

los recursos de la comunicación pueden transformar un estado dado del mundo porque tanto el SCo y el SR, están sujetos al Sistema Social (SS), que es donde se transforman materias, energías e información, con el propósito de satisfacer necesidades individuales y colectivas de los miembros de la sociedad y el Sistema de Comunicación (SC), en donde se organizan estos mismos elementos, pero específicamente la referencia de los aconteceres, que es todo aquello que sucede o que deja de suceder y afecta la comunidad. Sin embargo, lo que si pueden hacer los relatos comunicativos es influir o alentar alguna transformación en el SCo y en el SS. (Ver *ilustración 2*).



El esquema anterior nos permite además entender que la relación, narración-cambio histórico / social no se da inmediatamente; ella está mediada por diferentes prácticas sociales y cognoscitivas.



**Fuente:** Tomado de (Samper, 1986, pág. 50)

**Ilustración 1.** Proceso de las representaciones sociales en las instituciones mediadoras.



**Fuente:** Tomado de (Samper, 1986)

**Ilustración 2.** Relación de la comunicación pública y la sociedad. Forma en que operan los relatos y representaciones sociales

Por esta razón, la producción de comunicación institucional y la relación entre lo que acontece y lo que se comunica, resulta un proceso complejo. Tanto así, que se les permite a instituciones como la prensa cambiar lo que sucede en el entorno, así como las interpretaciones que hacen las personas del mismo. Por ello, desde las Ciencias Sociales u otra área de conocimiento, se pueden tomar los datos de la prensa como brutos y legítimos, entendiendo que:

La realidad no genera datos sino sucesos, [...] el periodista observa sucesos y elabora datos, y sí sus fuentes son indirectas, obtiene datos con los que elabora otros datos, lo que implica evidentemente que el texto comunicativo es de la propia actividad cognoscitiva y expresiva del relator o relatores, donde están inmersos sus intereses, necesidades, prejuicios (Serrano, 1994, p.110).

Por ende, a través de los relatos o textos comunicativos nunca se obtendrá el conocimiento pleno de los acontecimientos, tampoco permite transmitirlo. Debido a que no es posible concebir un producto que recoja todos los puntos de vista, al tratarse de un proceso de elaboración limitado y controlado por diferentes emisores (periodista, editor, diseñador) que reelaboran el mensaje original, lo que significa precisamente “la pérdida de variedad de un repertorio de sucesos y la disminución del número de formas alternativas que permitirían presentarlos” (Serrano, 1994, pág. 108).

Se tiene entonces que, la prensa como institución mediadora, a la cual se le asignan determinados recursos tanto materiales como humanos, posee varias características que vale la pena señalar: en primer lugar, segmenta sus audiencias a través de la separación de los productos comunicativos en secciones, (internacional, económicas, opinión) lo que conlleva a presentar una realidad fragmentada, con fuentes y marcos de referencia distintos, en función de sus usos por determinados grupos; en segundo lugar, ha caído en la práctica errónea de “la valoración desmedida de la noticia de más actualidad, a lo que se denomina como *presentismo* “que desplaza la atención de otros sucesos que siguen siendo socialmente prioritarios así hayan perdido *actualidad*” (Serrano, 1994, p.91). Por eso, la prensa y su producción guarda relación con las coyunturas sociales, políticas; por último, tiende a monopolizar la función emisora, logrando reforzar la idea de que toda información que pasa a través de estos canales es confiable y propone un punto de vista autorizado. Porque se ha constituido bajo el mito de “la representatividad”, otorgándole la cualidad de representar a las audiencias y a los puntos de vista de quienes producen los textos, lo que no es cierto, ya que, al ser un medio controlado, reproduce los puntos de vista de acuerdo a los intereses de los dueños del medio.

Por ende, la mediación institucionalizada debe analizarse a partir de los textos comunicativos, mediante los cuales pueden reproducir el sistema social o reformarlo, introduciendo nuevas pautas de valoración y acción. Estos productos o textos comunicativos tienen dos dimensiones que se analizarán en la presente investigación: una dimensión estructural u objetual, que cumple un papel fundamental en reproducir y realimentar, ya que tiene una labor ritual de asegurar los modelos de producción de comunicación y de las instituciones mediadoras. Y una dimensión cognitiva, que es en la cual las representaciones sociales tienen un lugar en la concepción del mundo de las audiencias, en donde operan los textos comunicativos que proponen una versión de la realidad.

## **Capítulo II**

### **Crónica y contexto de las negociaciones del Tratado de Libre Comercio (TLC) Entre Colombia y Estados Unidos**

El TLC entre Colombia y Estados Unidos, fue un proceso que duró alrededor de 9 años para ser ratificado e implementado, se desarrolló en tres etapas: la negociación comercial entre el año 2003 hasta el año 2006; el congelamiento legislativo que sucede entre el año 2006 hasta comienzos del año 2011 y la firma e implementación que comprende finales del año 2011 y los primeros



meses del año 2012. Cabe señalar, que este acuerdo comercial se desarrolló bajo condiciones políticas, sociales y económicas distintas que abarcaron dos mandatos presidenciales en Colombia: el de Álvaro Uribe y el de Juan Manuel Santos, igualmente dos mandatos presidenciales estadounidenses: el del George Bush y el de Barack Obama.

- **La etapa de negociación comercial (Desde el año 2003 hasta el año 2006)**

Esta etapa inicia el 30 de abril del año 2003, cuando el presidente colombiano Álvaro Uribe Vélez le propone al gobierno de Estados Unidos suscribir un TLC, esta propuesta surge según, Millán, Barbosa & Giovanni (2012), por varios factores: el estancamiento de las negociaciones del ALCA por las diferencias entre dignatarios de la región, la cercanía del gobierno Uribe con el gobierno Bush y el hecho de que otros países de condiciones socioeconómicas similares estuvieran negociando este tipo de acuerdos con EE.UU (p.151). La política comercial y externa del presidente Álvaro Uribe se basó en “la búsqueda de pleno apoyo de la Administración Bush a la política de Seguridad Democrática, que fue asociada de entrada a la lucha global contra el terrorismo declarada por el gobierno Bush luego de los atentados del 11 de septiembre de 2001” (Pulecio, 2005)

Durante el año 2004, inician las conversaciones entre el equipo negociador colombiano (compuesto por ministerios, DNP (Departamento Nacional de Planeación), superintendencias, comisiones de regulación y más de 300 delegados del sector privado) y el equipo negociador estadounidense. Durante este año se desarrollaron siete rondas de negociaciones en las cuales discutieron principalmente temas sobre: la violación de los DD.HH y la política laboral colombiana, donde EE.UU propuso suspender beneficios arancelarios y multas si se seguían violando derechos; la eliminación de franjas de precios, punto en el que EE.UU propuso desgravar el 22% del universo arancelario, propuesta que generó preocupación en los gremios industriales y agrícolas colombianos, sobre todo en productos como la carne, el pollo y el azúcar (El Tiempo, 31 de Julio de 2004)<sup>1</sup>, ya que el agro colombiano según Núñez, Carvajal, & Bautista (2013), se encontraba en pésimas condiciones, con escasa industrialización y tecnificación, altos costos de producción local, con las cuales no podrían competir con las políticas proteccionistas del agro en EE.UU.

---

<sup>1</sup> Archivo digital, El Tiempo. “Oferta de E.U parece de país en desarrollo: ANDI” 31 de julio del 2004. <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-1516437>

En el tema de telecomunicaciones, EE.EU solicitó la privatización de este sector, donde el gobierno colombiano debía salir de su participación en empresas como Telecom, Colombia Móvil (Ola) y la ETB, propuesta que el gobierno colombiano rechazó y descartó (El Tiempo, 30 de Julio de 2004)<sup>2</sup>. Frente al tema de propiedad intelectual, EE. UU propuso la protección de datos, patentes de segundos usos, extensión de patentes y vinculación de registro, propuesta a la que el equipo negociador colombiano y los sectores farmacéuticos nacionales se opusieron, negándose ampliar la protección actual de 20 años. Según, Cano & Barbosa (2012), las propuestas de EE. UU en materia de propiedad intelectual y medicamentos atentaban contra la salud pública, ya que fortalecía la industria extranjera con patentes y el debilitamiento de la industria colombiana por la sobreprotección de la propiedad intelectual, lo que traería consigo el aumento en los precios de medicamentos, el incremento de costos institucionales de salud y la reducción del empleo.

Durante este año, hubo sucesos de orden político y económico tanto a nivel internacional como nacional que influyeron en el proceso de negociación, uno de ellos fue la reelección del presidente estadounidense George Bush, que benefició al gobierno colombiano para seguir obteniendo el respaldo del Congreso de EE. UU (de mayoría republicana) al TLC. Por otra parte, Pulecio (2005) señala que el retiro del Representante Comercial, Robert Zoellick y la resistencia de los diferentes actores sociales, económicos y políticos de EE. UU contra la aprobación del CAFTA (Tratado de Libre Comercio entre Centroamérica y los Estados Unidos ), produjo un estancamiento en las negociaciones comerciales del TLC, a lo que se le sumó la oposición de los gremios colombianos de productores, congresistas, sindicalistas, organizaciones no gubernamentales a las propuestas de EE. UU en la mesa de negociación.

En materia económica, Ramon & Rhenals (2004) señalan que la economía colombiana estaba teniendo un buen crecimiento, debido al dinamismo de la demanda, tanto interna como externa, la recuperación sostenida de algunos sectores productivos importantes (industria, comercio y construcción), la reactivación de la economía latinoamericana y el mayor crecimiento de Estados Unidos. Sin embargo, también señala que el aspecto más importante del este comportamiento económico “lo constituye el buen desempeño que mostraron las exportaciones porque gozamos con las condiciones externas fueron favorables: el crecimiento de Estados Unidos, de Venezuela y

---

<sup>2</sup> Archivo digital, El Tiempo. “No se cederá sobre Telecom en el TLC”, 30 de julio del 2004. <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-1515546>

mundial y los precios internacionales de nuestros principales productos de exportación aumentaron significativamente” (p.8).

En el año 2005, se realizaron seis rondas de negociaciones en donde se discutieron varios temas tales como: los “usados”, donde EE. UU propuso eliminar los aranceles a 1.590 productos de la cadena textil-confección andina, propuesta que los presidentes de los sectores industriales colombianos rechazaron porque “cada prenda importada que se venda en Colombia, es una prenda nueva que no se produce en el país y afecta todos los eslabones de la cadena, empezando por el cultivo de algodón”, presidente de Ascoltex (Asociación Colombiana de Productores Textiles), Iván Amaya (El Tiempo, 14 de Marzo de 2005)<sup>3</sup>. En el tema de medicamentos, se enfrentaron nuevamente los laboratorios nacionales y multinacionales extranjeras, en específico en el tema de patentes y medicamentos.

Durante este año, la situación sociopolítica del país estaba alterada por varios factores: el primero fue la introducción de la figura de reelección presidencial en la Constitución Colombiana propuesta por el gobierno de Álvaro Uribe, aprobada por el congreso colombiano en diciembre del 2004 y el posterior fallo de la Corte Constitucional a su favor en 2005, otorgándole la posibilidad a Uribe de presentarse en las elecciones presidenciales de mayo del 2006. El segundo factor, fue el deterioro de las relaciones diplomáticas con el gobierno de Venezuela por la captura del jefe de las FARC, Rodrigo Granda en Cúcuta, en donde el gobierno venezolano le exigió una disculpa pública por la violación de la soberanía del país en dicha captura (El Tiempo, 9 de enero 2005)<sup>4</sup>. El gobierno de Álvaro Uribe negó que eso hubiera pasado y acusó a Venezuela de dar refugio a guerrilleros de las FARC. El tercero, fueron los avances de la negociación con los grupos paramilitares (AUC), logrando acuerdos sobre la participación política y la extradición. En materia económica, según la Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC), la economía colombiana creció por encima del 5%, lo que “refleja la confianza que han depositado los inversionistas tanto nacionales como extranjeros en la solidez de las variables fiscales y monetarias del país” (p.1). Sin embargo, la CRT indica que la tasa de crecimiento está ligada a los tipos de intereses establecidos por el Banco Central Norteamericano (FED), debido a que la economía colombiana en parte

---

<sup>3</sup> Archivo digital, El Tiempo. “Confeccionistas, con la mira en el TLC”; 14 de marzo del 2005. <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-1692971>

<sup>4</sup> Archivo digital, El Tiempo. “Los rastros que dejó la captura de Rodrigo Granda en Venezuela”; 9 de enero del 2005. <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-1677711>

depende de los movimientos de capitales y éstos a su vez están condicionados a las decisiones que adopte la autoridad monetaria norteamericana

Para el año 2006, se cerraron oficialmente las negociaciones tras 21 meses de discusión. En la última ronda de negociación se llegaron acuerdos frente a los productos agropecuarios y agroindustriales: como maíz, pollo y azúcar. Sin embargo, los presidentes de dichos sectores quedaron inconformes con lo pactado, ya que la importación de estos productos representa una gran amenaza. La misma preocupación la compartieron los fabricantes de autopartes, las ensambladoras y las centrales obreras. Para mitigar estas críticas, el presidente Uribe programó una “Agenda Interna para la Competitividad” y concedió pagos a sectores internos (agropecuarios, agroindustriales, empresarios industriales) como la Ley “Agro, Ingreso Seguro” (Silva, 2007). Según Pulecio (2005) la más notable fue el fortalecimiento de la representación gremial del empresariado, el Consejo Gremial Ampliado, CGA, bajo la vocería de Luis Carlos Villegas, defensor del TLC, que aplicó una severa disciplina gremial en la cual ningún gremio podía sentirse perdedor, porque “nada está negociado hasta que todo esté negociado”. Por su parte, a los pequeños empresarios, agremiados en la Asociación Colombiana de Medianas y Pequeñas Industrias – ACOPI- que mostraban su preocupación y oposición frente al TLC, fueron amenazados con suspender los proyectos de cooperación técnica que significaba su asfixia económica, así consiguieron neutralizarlos (Pulecio, 2005, p.22).

Durante este año hubo varios hechos importantes, entre los que se destacan la desmovilización del último bloque de las autodefensas (AUC) y las elecciones presidenciales, en las cuales el presidente Álvaro Uribe quedó reelegido para su segundo mandato. Su agenda legislativa se enfocó en tramitar una reforma tributaria, el trámite del TLC, la penalización de la dosis personal, la reelección de alcaldes y gobernadores y la modificación de la Ley 100 (Olivella & Vélez, 2006). Respecto a la Economía, Cano (2007) asegura que Colombia creció en 2006 cerca del 6,7% por varios factores: el aumento de la inversión y la demanda interna, la notable mejoría en la seguridad, la confianza de los inversionistas en la rentabilidad de sus negocios y la de los consumidores en la conservación de su ocupación, así como sus ingresos y al dinamismo de las economías de nuestros mayores socios comerciales, que son Estados Unidos y Venezuela (p.3).

- **La etapa de congelamiento legislativo (desde el año 2006 hasta el año 2011)**

Esta etapa comienza desde el cierre de negociaciones en el año 2006 y la firma del TLC en noviembre en el año 2011. El congelamiento inicia por cuestiones políticas en las elecciones del

Congreso norteamericano en el año 2006, en las cuales ganó el Partido Demócrata por amplia mayoría, situación que perjudicó al gobierno colombiano, ya que este había ignorado a los demócratas en las objeciones laborales y ambientales que realizaban a los acuerdos comerciales internacionales (Silva, 2007, p.126). Esa nueva conformación parlamentaria implicó un giro político que produjo una serie de críticas y cuestionamientos al gobierno de Uribe, especialmente en relación con los derechos humanos, lo que bloqueó el proceso de aprobación del TLC. Sin embargo, el gobierno colombiano se enfocó en persuadir al ejecutivo de EE. UU y al legislativo, a demócratas, republicanos, empresarios y ONGs para la lograr la aprobación del TLC por el Congreso Estadounidense y al mismo tiempo la renovación a las ayudas al Plan Colombia.

En el 2007, Estados Unidos y Colombia acordaron retomar el TLC, pero sujeto a una serie de modificaciones. También durante este año, el gobierno colombiano presentó la segunda fase del Plan Colombia<sup>5</sup>, en el cual reconoce los problemas de gobernabilidad en las zonas recuperadas del control de la guerrilla (Londoño, 2011). El Plan Colombia se presenta como un plan de estado integral para los próximos seis años, y no sólo como una estrategia focalizada en la lucha contra las drogas y el combate a las guerrillas (Rojas, 2007: 26) Citado (Londoño, 2011, p. 257)

En el 2008, la situación política a nivel nacional e internacional estuvo bastante agitada. A nivel internacional, se dieron las elecciones presidenciales en Estados Unidos, en donde el candidato Barack Obama del partido demócrata ganó las elecciones, lo que congeló aún más las posibilidades del acuerdo. Cardona (2011) señala que, durante las elecciones presidenciales de EE. UU, la política exterior colombiana demostró su apoyo abiertamente por el candidato del Partido Republicano, olvidando la discreción y el equilibrio que se deben guardar en estos casos, para evitar los costos políticos. El impacto de este hecho infortunado fue en la tardanza en la aprobación del tratado de libre comercio (TLC) con Estados Unidos. Luego del triunfo de Obama, la percepción de la relación con Estados Unidos en las esferas decisorias de Colombia continuó sin cambios (Cardona, 2011).

A nivel nacional, se destaparon varios escándalos de corrupción, entre ellos está el escándalo de la "yidis política", por el que fueron condenados por la Corte Suprema de Justicia la

---

<sup>5</sup> El Plan Colombia, también llamado Plan para la Paz y el Fortalecimiento del Estado o Plan Colombia para la paz, es un acuerdo bilateral entre los gobiernos de Colombia y Estados Unidos firmado durante 1999, durante las administraciones del presidente colombiano Andrés Pastrana Arango y el estadounidense Bill Clinton con los objetivos específicos de generar una revitalización social y económica, terminar el conflicto armado en Colombia y crear una estrategia antinarcótica.

excongresista Yidis Medina Padilla y Teodolindo Avendaño por recibir dádivas del gobierno de Álvaro Uribe Vélez para votar favorablemente el acto legislativo que aprobó la reelección presidencial en 2004. Además, fueron condenados por el delito de cohecho, los ex ministros Sabas Pretelt de la Vega y Diego Palacio Betancourt y el exsecretario Alberto Velásquez Echeverri (El Espectador, 2015)<sup>6</sup>. Por otro lado, se conoció el escándalo de "las chuzadas del DAS", que se refirió a las interceptaciones telefónicas y seguimientos ilegales realizados por agencia de inteligencia colombiana, el Departamento Administrativo de Seguridad (DAS), durante el gobierno del presidente Álvaro Uribe. Según la Revista Semana<sup>7</sup>, fueron interceptados: Magistrados de la Corte Suprema, periodistas, políticos de oposición, generales de la república, fiscales, y hasta algunos miembros del alto gobierno. Por este caso fueron capturados varios funcionarios del Estado, entre ellas, la ex-directora del DAS, María del Pilar Hurtado.

En el mismo año, se conoce el caso de los "falsos positivos", que el Centro de Investigación y Educación Popular, CINEP (2008), define como: "casos reportados por Unidades de la fuerza pública como resultados positivos en la acción contra grupos armados ilegales, y que son reportados en los informes oficiales como "muertes en combate" de actores insurgentes y otras acciones legítimas de guerra según el DIH" (p.5). Estas acciones contra la población civil no combatiente significaron violaciones contra los DD. HH e infracciones al Derecho Internacional Humanitario. Hernández (2010), con base al informe del CINEP, señala que en el año 2008 se presentaron 95 muertes y 175 víctimas, lo que implicó un descenso en 149 casos con respecto a los que se presentaron en el año 2007; sin embargo, hubo un incremento con respecto a los 68 casos registrados en el 2006.

Respecto a la economía, durante este año se registró una fuerte e inesperada caída del PIB (2,5%) de más de 5 puntos con respecto al 2007, el cual vino acompañado de la caída en los sectores productivos tradicionales, el deterioro del mercado laboral y el complejo panorama internacional caracterizado por el desplome del sistema financiero de Estados Unidos y la posterior crisis económica mundial, considerada como la peor en los últimos 80 años (Mesa, Restrepo & Aguirre, 2008).

---

<sup>6</sup> Archivo, El Espectador. "Condenados por la yidis política"; 15 abril del 2015. <https://www.elespectador.com/noticias/judicial/condenados-yidispolitica-articulo-555143>

<sup>7</sup> Revista Semana. "El DAS sigue grabando", 21 de febrero del 2009. <http://www.semana.com/nacion/articulo/el-das-sigue-grabando/100370-3>

En el año 2009, hubo un duelo jurídico en la Corte Constitucional por el TLC, la Red Colombiana de Acción Frente al Libre Comercio y el ALCA (RECALCA), acompañada de organizaciones sindicales y sociales, demandaron al TLC por ser inconstitucional, ya que el acuerdo según RECALCA, viola algunos derechos fundamentales garantizados por la Constitución Colombiana y por diversos acuerdos internacionales que Colombia ha firmado. El Tribunal Administrativo de Cundinamarca falló a favor de los demandantes y en primera instancia imposibilitó al presidente Álvaro Uribe para firmar el acuerdo comercial. Por otro lado, la Cámara de Representantes de EE.UU. congeló la votación del TLC impulsada por el partido demócrata como medida de presión para exigir más protección a los derechos humanos y laborales en el país.

A nivel de relaciones diplomáticas, la negociación de Colombia con Estados Unidos para el uso de bases militares nacionales incubó inconformidad en la región, en especial en Brasil, lo que generó tensión con Venezuela (Ramírez, 2011, p.316), produciendo un mayor distanciamiento y desconfianza entre los dos vecinos, lo que permitió que el presidente venezolano Hugo Chávez interpretara al presidente Uribe como un aliado de los intereses estadounidenses por encima de los de la región, y temiendo, a su vez, que ese país pudiera utilizar las bases colombianas para controlar y ejercer labores de inteligencia o invadir su territorio (Ardila, 2011, p.107).

A nivel político, se conoció otro escándalo de corrupción del gobierno colombiano, el denominado "Agro Ingreso Seguro", un programa de gobierno, diseñado e implementado por el entonces Ministro de Agricultura, Andrés Felipe Arias, para entregar subsidios a agricultores colombianos para afrontar los acuerdos comerciales. La Procuraduría encontró irregularidades en la contratación y actos de corrupción que beneficiaron indebidamente a algunas familias terratenientes del Magdalena y del Valle del Cauca (Revista Semana, 12 octubre del 2009)<sup>8</sup>. En lo económico, para el año fiscal el gobierno colombiano redujo en tres billones de pesos el presupuesto de 2009, lo que constituyó la caída en los ingresos fiscales, grandes dificultades de financiamiento para el sector privado y la escasez de crédito para las empresas.

En el 2010, el gobierno colombiano se enfrentó al panorama de elecciones presidenciales, para el cual propuso el "referendo reeleccionista", con el propósito de cambiar nuevamente la constitución colombiana y permitir al presidente Álvaro Uribe presentarse a su tercer mandato. Sin embargo, la Corte Constitucional hundió la iniciativa por vicios de trámite y señaló que "una

---

<sup>8</sup> Revista Semana. "Agro escándalo seguro", 12 octubre del 2009. <http://www.semana.com/nacion/articulo/agro-escandalo-seguro/108603-3>

segunda reelección socava principios básicos de la Carta del 91" (El Tiempo, 2010)<sup>9</sup> . Esto produjo la decaída del gobierno Uribe, que vino acompañada de los escándalos de corrupción, la reforma política, el deterioro de las relaciones con Venezuela y Ecuador, el referendo reeleccionista, las Chuzadas del Das, el escándalo de corrupción de Agro Ingreso Seguro, la informalidad laboral, el desempleo, la pobreza (BBC Mundo, Colombia, 3 agosto 2010)<sup>10</sup> . El presidente Uribe encontró su reemplazo en el candidato presidencial Andrés Felipe Arias, el ex ministro de agricultura, quien perdió la consulta del partido Conversador con la candidata Noemí Sanín. A raíz de ello, Uribe respaldó abiertamente a su ex ministro de Defensa, Juan Manuel Santos, el cual llega a la Presidencia con la promesa de mantener la continuidad de la obra de Uribe (La Silla Vacía, 20 de junio del 2010)<sup>11</sup>. Sin embargo, Santos llega con la propuesta de un “Gobierno de Unidad Nacional”, que le imprimió un tono más conciliador a su gobierno, aspecto que permitió, según Carvajal (2011), la apertura de un nuevo capítulo en las relaciones exteriores del país, logrando el restablecimiento de las relaciones con Venezuela y Ecuador, descompuestas a raíz de la firma del convenio militar y el bombardeo al campamento de las Farc en territorio ecuatoriano (p.296).

- **Ratificación e implementación (desde el año 2011 hasta el año 2012)**

En el año 2011, en el primer año de gobierno del presidente Juan Manuel Santos, el panorama sociopolítico fue complejo, tal como lo señala (Wills-Otero & Benito, 2012) la movilización de varios sectores de la sociedad civil fue persistente por varias razones: el decreto impulsado por el gobierno nacional que modificó la llamada “tabla de fletes” al sector de transportadores de carga por carretera, la propuesta de reforma educativa a Ley 30 de 1992. A esto, se le sumó el fenómeno de “La Niña”, que dejó cerca de tres millones de damnificados y sectores de la economía nacional afectados por la prolongación de las lluvias (Vargas, 2011), lo que significó según Wills-Otero & Benito (2012), la destinación de alrededor de 4 billones de pesos a los sectores afectados y el recorte del gasto social en algunos rubros.

---

<sup>9</sup> Archivo digital, El Tiempo. “La Corte Constitucional le dijo 'no' al referendo reeleccionista: Era Uribe terminará el 7 de agosto”; 26 de febrero 2010. <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-7304227>

<sup>10</sup> BBC Mundo, Colombia. "El legado económico de Uribe". 3 agosto 2010. [http://www.bbc.com/mundo/economia/2010/08/100802\\_colombia\\_uribe\\_gobierno\\_balance\\_economia](http://www.bbc.com/mundo/economia/2010/08/100802_colombia_uribe_gobierno_balance_economia)

<sup>11</sup> La Silla Vacía. "Juan Manuel Santos presidente 2010-2014", 20 de junio del 2010. <http://lasillavacia.com/historia/16121>



En cuanto al tema del conflicto armado, el presidente sugirió la posibilidad de entablar diálogos con la guerrilla (FARC y ELN), siempre y cuando se dieran muestras fehacientes de su voluntad de negociación, lo que marcó una diferencia fundamental con respecto al carácter confrontacional que definió la política de Uribe a lo largo de sus ocho años de gobierno (Wills-Otero & Benito, 2012). En economía, el estado deficitario de las finanzas públicas continuaba y el déficit fiscal representó para ese año el 3,2% del PIB (Wills-Otero & Benito, 2012). A pesar de la coyuntura, el presidente Barack Obama y el presidente Juan Manuel Santos anuncian la aprobación de un plan de acción para destrabar el TLC, logrando la aprobación del Tratado de Libre Comercio entre Colombia y Estados Unidos por el Congreso de Estados Unidos, el 11 de octubre del 2011. Y se anunció oficialmente la entrada en vigencia para 15 de mayo del 2012. Por otro lado, esta firma permitió al presidente Santos pactar otros TLC's con Canadá y la Unión Europea (firmado en el 2012) e iniciar negociaciones con Corea del Sur (Carvajal, 2011).

En el año 2012, el presidente Juan Manuel Santos y los representantes de la guerrilla de las Farc-Ep, anuncian el inicio de un proceso de diálogos con miras a finalizar el conflicto armado (Olave, 2013). En materia económica, hubo una reforma tributaria en la cual se creó el impuesto sobre la Renta para la Equidad (CREE) como el aporte con el que contribuyen las sociedades, personas jurídicas y asimiladas para el ICBF (Instituto Colombiano de Bienestar Familiar). Aumentaron también el Impuesto al Valor Agregado, IVA, a personas naturales y los impuestos a las sociedades (Revista Dinero, 27 de febrero del 2015)<sup>12</sup>. Además, hubo una modificación al Sistema General de Regalías. En materia política, se realizó la V Cumbre de las Américas en Cartagena, en la que hubo según Serbin, Martínez & Junior (2012), un punto de inflexión entre los Estados Unidos (y de Canadá) y el resto del hemisferio al manifestar las divergencias en posiciones sobre la legalización de las drogas, la reincorporación plena de Cuba a la comunidad hemisférica y su participación en las futuras Cumbres, el cuestionamiento de algunos países bolivarianos por su ausencia y la reclamación Argentina sobre las Malvinas con el apoyo mayoritario de los países latinoamericanos.

El 15 de mayo de 2012, iniciaron las operaciones el TLC entre Colombia y Estados Unidos con el envío de un navío cargado de textiles colombianos sin aranceles.

---

<sup>12</sup> Revista Dinero, "Las 12 tributarias de Colombia", 27 de febrero del 2015. <http://www.dinero.com/economia/articulo/cuantas-reformas-tributarias-ha-tenido-colombia/206248>

### Capítulo III

#### Metodología del análisis de textos comunicativos

La producción social de la información es gestionada por la Comunicación de Masas (MCM)<sup>13</sup>, entre ellas la prensa, que es una institución mediadora, que a través de productos comunicativos propone una interpretación de la realidad compatible con las creencias compartidas en la sociedad, creando un consenso sobre las representaciones del mundo y por ende ofreciendo seguridad al ser interiorizadas, como representación personal por los miembros de un grupo social, lo que permite la permanencia y reproducción del sistema social (Serrano, 1994). Por esta razón, es que los juicios o valoraciones inmersas en los textos comunicativos son concebidos como propuestas socialmente convincentes, ya que descansan en la evaluación de un mediador reconocido y, por ende, un intérprete autorizado.

Según la teoría funcionalista de los medios de comunicación de Lazarsfeld & Merton (1977), la prensa desarrolla tres funciones principales: *confieren status* a acontecimientos públicos, personas, organizaciones y movimientos sociales, “otorgando prestigio y realzando la autoridad de estos mismos, con ello legitima su status, conductas y opiniones” (p.4); *impone normas sociales*, en el sentido que estimulan la acción social organizada, tal como se explica en el I capítulo, y realiza una *disfunción narcotizante*, que en palabras de Lazarsfeld & Merton (1977)

“se refiere al interés de tener grandes masas de la población políticamente apáticas e inertes, en donde los medios de comunicación suscitan información que sirve para narcotizar y no para estimular al lector u oyente medio, llegando a confundir el saber sobre problemas del momento con el hacer algo respecto de ellos” (p.7).

Sin embargo, estas consecuencias en la consciencia de las personas y su acción social, están ligadas al Sistema Social y una serie de condiciones expuestas en el capítulo I. Lo que se resalta es que los medios institucionalizados ayudan a reafirmar el *statu quo*, mediante la omisión de cuestiones esenciales sobre la estructura de la sociedad, lo que a su vez permite guiar a las sociedades hacia el conformismo y deja de lado la evaluación crítica de la sociedad. Esto sucede porque los medios masivos de comunicación “renuncian invariablemente a los objetivos sociales cuando éstos chocan con los beneficios económicos” (Lazarsfeld & Merton ,1977, p.8). Por lo

---

<sup>13</sup> Serrano se refiere a las instituciones mediadores de comunicación y otras a los equipos de producción y distribución de la información. Los primeros pertenecen a la estructura de (SC) y los segundos a la infraestructura. (Serrano, 1994, pág. 105)

tanto, los medios de comunicación “están entre los narcóticos sociales más respetables y eficaces” (Lazarsfeld & Merton, 1977, p.7).

De esta manera, la propuesta metodológica de Serrano (1994) permite analizar desde la sociología la prensa como un objeto de estudio dialéctico yacrónico, ya que está condicionado a una estructura social de producción y circulación, es decir, a los cambios de la sociedad y de la comunicación. Por otro, permite analizar cuatro aspectos del sistema de producción institucional de información: el primero, es lo relacionado con las necesidades y las capacidades que tiene todo sistema institucional; el segundo, es la relación entre el sistema de comunicación y el sistema social; el tercero, las eventuales relaciones entre la naturaleza de las organizaciones o instituciones mediadoras y las características de los productos comunicativos; el cuarto, permite analizar la variación del entorno y la transformación de los productos comunicativos.

Por ello, se utilizará las dos categorías de análisis propuestas por Serrano (1994) para los textos comunicativos: *La mediación cognitiva*, en la cual las representaciones sociales tienen un lugar en la concepción del mundo de las audiencias y *la mediación estructural*, que tiene una labor ritual de asegurar los modelos de producción de comunicación y de las instituciones mediadoras. Sin embargo, para los objetivos de esta investigación tomaremos algunos elementos de las dos dimensiones que el autor propone.

### **3.1. La Dimensión Estructural de los textos comunicativos**

No se debe perder de vista que todo producto comunicativo necesita de un soporte material para que pueda ser difundido, por ende, la fabricación de estos requiere una inversión de recursos sociales, el equipamiento y organización para la elaboración y distribución del producto comunicativo. De esta manera, el análisis de esta dimensión permite develar cuáles son las condiciones de las instituciones para cumplir la labor de institucionalización de los mediadores y la manera en que se presenta el relato:

**Modelo de análisis estructural.** Para analizar la dimensión estructural el enfoque debe darse en:

- En la utilización de imágenes y recursos tipográficos o estructuras narrativas.
- El espacio destinado a cada producto comunicativo, ubicando la paginación y género en el cual aparece el texto (editorial, columna, noticia, etc.).

A continuación, se expone el modelo canónico propuesto por (Serrano, 1994) para el análisis de esta dimensión.

MODELO CANONICO PARA EL ANALISIS DE LA MEDIACION ESTRUCTURAL. ESTUDIO DE LA PRESENTACION MATERIAL DE LOS PRODUCTOS COMUNICATIVOS EN LA PRENSA Y EN LA TELEVISION							
Una Narración	Difundida p. e. en	Prensa	En texto	y/o con imágenes estáticas	Ocupando una superficie (espacio)	Ubicado en determinada página	Bajo la rúbrica de determinado género
		Televisión	En imágenes diacrónicas o sincrónicas; dibujadas o en imágenes reales	y/o con textos (hablados y/o escritos)	Entreteniendo un tiempo de programación	Emitido en determinada posición horaria dentro de una programación	Bajo la rúbrica de determinado género

**Fuente:** Serrano (1994), p.148.

**Ilustración 3.** Modelo canónico para el análisis de la mediación estructural.

### 3.2. La Dimensión Cognitiva de los textos comunicativos

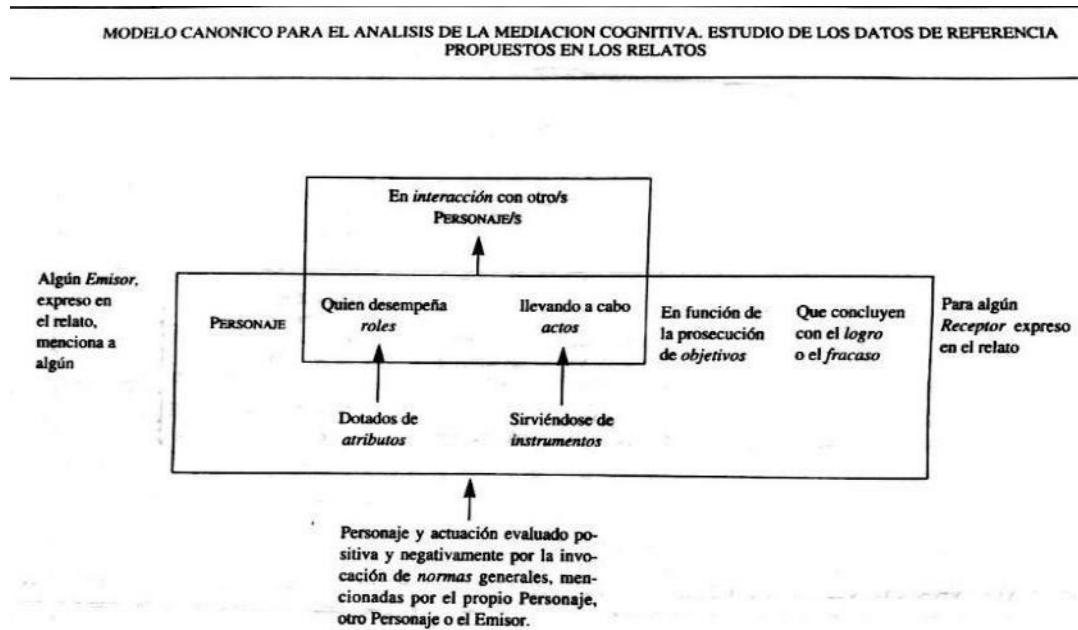
El análisis de esta dimensión se refiere, a la forma en que está confeccionado el texto comunicativo para ofrecer información. Para ello se hace un análisis de contenido, que permite identificar la forma en la que el mediador institucional en este caso la prensa, realiza su labor de mitificación cuando “relaciona la noticia de lo que acontece con las normas y valores” (Serrano, 1994, p.145). El aspecto principal analizar son los datos de referencia, que es donde proviene la representación que objetiva el relato.

**Modelo de análisis cognitivo.** Para analizar la dimensión cognitiva el enfoque debe centrarse en:

- Análisis de los actores y el rol que asume cada uno.
- La utilización de datos de referencia como fuentes.

- El empleo de características expresivas.

A continuación, el esquema propuesto para esta mediación:



*Fuente:* Serrano (1994), p.147.

**Ilustración 4.** Modelo canónico para el análisis de la mediación cognitiva.

A continuación, se explican de manera breve las categorías a analizar:

a) **Los actores.** Para el estudio de los objetos de referencia de la comunicación es necesario el análisis de los actores. Sin embargo, para los objetivos de esta investigación se utilizará las siguientes tres categorías de actores:

- *Los protagonistas o antagonistas:* son los personajes que sumen la función de héroes o antihéroes en el relato de acción que se narra, es decir, son los que participan en la acción social o tienen iniciativa de la acción.
- *Los ayudantes:* Los cuales colaboran con el héroe o el antihéroe.
- *Los afectados:* que no participan activamente de los acontecimientos, pero son afectados por las acciones de los protagonistas.

b) **Rol.** En un texto comunicativo, un personaje juega uno o varios roles, cada uno de ellos diferenciado de los otros por las funciones que le marca el papel, es decir sus propios fines, logros o fracasos. Por ello, en el texto comunicativo se identificarán dos categorías de roles:

- *Cooperantes:* Los que consisten en aportar la ayuda operando en el sentido del deseo o facilitando la comunicación.
- *Oponentes:* Los que consisten en crear obstáculos, oponiéndose ya sea a la realización de/ deseo o a la comunicación.

c) **Niveles de fuente.** Para Serrano (1994), la fuente “es el sujeto o la institución a quien se le imputa en la narración el origen de la información que proporciona el relato” (p.201). En el caso de los medios de comunicación la mención o la ocultación de las fuentes permite en unos casos reformar, en otros minimizar la importancia o veracidad que el relator le atribuye a la información. Para la investigación se analizarán dos categorías:

- *Cuando las fuentes son personas:* son mencionados en el relato con nombre propio o en nombre de alguien o algo.
- *Cuando las fuentes son organizaciones o instituciones*

d) **Nivel de evaluación.** En la narración, la prensa otorga unos juicios de valor sobre el hecho social con lo que consigue transmitir si la información creíble o no. Por ende, se examinará las peculiaridades expresivas de la narración que utilizó el periódico El Tiempo para referirse al TLC.

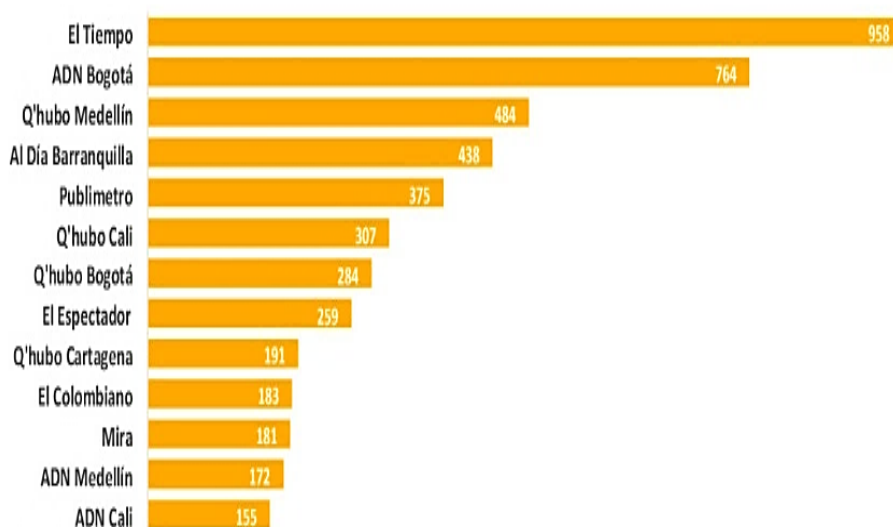
### 3.3. Caracterización del periódico

El periódico El Tiempo, es uno de los más antiguos del país, fue fundado el 30 de enero del año 1911, por Alfonso Villegas Restrepo y durante siete años prácticamente el único de circulación nacional debido a la crisis de su principal competidor, El Espectador. En principio se alineó ideológicamente con la Unión Republicana, en donde participaban miembros del partido liberal y conservador, como el ex presidente Carlos E. Restrepo. Años más tarde, Eduardo Santos un político y abogado liberal, tío- abuelo del actual presidente de Colombia Juan Manuel Santos, fue durante muchos años el único director-propietario de El Tiempo.

Después de la crisis en el poder del partido conservador, que gobernó por más de 44 años, en el año 1930, Eduardo Santos se convierte en el jefe de debate de ex presidente liberal Enrique Olaya Herrera, por ende, El Tiempo respaldó su campaña. Posteriormente, en el año 2007, se

concretó la adquisición del 55% de las acciones del periódico y el 40% de Citytv, por parte del Grupo Planeta. En el año 2012, el empresario colombiano Luis Carlos Sarmiento Angulo, actual propietario, le compró su parte al Grupo Planeta y, dos meses más tarde, adquirió la participación de los accionistas minoritarios, entre ellos, los miembros de la Familia Santos.

El Tiempo es el punto de análisis de este trabajo investigativo al ser el diario con mayor circulación nacional y, según el Estudio General de Medios Colombia (EGM, 2016), es el periódico diario más leído en el país, por ende, su papel mediador de producción y reproducción de representaciones sociales sobre algún *acontecer* debe ser estudiado (*Ver ilustración 5*). Además, se debe tener en cuenta que como institución mediadora, canaliza pautas de conducta o actitudes preexistentes por medio de relatos confeccionados de modo tal, que conlleven a la conservación de la estructura social y cultural vigente.



**Fuente:** Estudio General de Medios Colombia. Realizado por: CNC Centro Nacional de Consultoría, 2016.

**Ilustración 5.** Ranking de los periódicos (prensa escrita) a nivel nacional – EGM (Población en miles de personas (000))

Ahora bien, el periódico El Tiempo divide su información en varios temas o secciones, entre las cuales se encuentran: Económicas, Información general, Deportes, Entretenimiento, Opinión. Además, cuenta con secciones especiales algunos días de la semana, tales como: Lunes Deportivo, Lecturas Dominicales, El Tiempo (Región), Siete días (Un resumen de las noticias más importantes del país de la semana) y la sección Especiales, en donde se analiza algún tema de relevancia nacional.

### 3.4. Caracterización de la muestra

El proceso de negociación del TLC entre Colombia y Estados Unidos duró 9 años. El corpus trabajado en este ejercicio investigativo comprende los textos emitidos por el periódico El Tiempo durante 3 años de muestra, el 2006, 2009 y 2012, cada uno corresponde a una etapa importante en la negociación del Tratado. En ese sentido, el 2006, fue un año importante para el TLC, en el cual hubo dos momentos cruciales: en febrero cuando se cierra las negociaciones y el mes de noviembre donde se firma el TLC, para que posteriormente los Congresos de Colombia y Estados Unidos lo aprobaran. El 2009, corresponde un año intermedio (escogido de manera aleatoria) de la llamada “etapa de congelamiento legislativo” que duró 5 años. El año 2012 corresponde a la etapa final del tratado, el cual entra en vigencia en el mes de mayo.

De esta manera, en este trabajo investigativo se procesaron 435 de textos comunicativos publicados durante los tres años analizados. Para la sistematización de los datos, se desarrolló un formato para cada mediación, en donde se recogieron los elementos de análisis propuestos en los esquemas de Serrano (1994). A continuación, se presentan los esquemas de recolección y sistematización para la mediación estructural y la mediación cognitiva:

N. Ficha	Mes	Fecha de publicación	Sección	N. Paga	Tipo	Imágenes (Si/No)	Tipo de imagen	Nombre del texto comunicativo
----------	-----	----------------------	---------	---------	------	------------------	----------------	-------------------------------

**Ilustración 6.** Esquema mediación estructural.

**Fuente:** Elaboración propia con base en Serrano (1994)

N. Ficha Mes	Mes	Fecha de publicación	Nombre del texto comunicativo	Actores				Rol		Fuente		Nivel de evaluación
				Protagonistas (héroe)	Antagonistas (Antihéroe)	Ayudantes	Afectados	Cooperantes	Opositores	Persona	Organización	Expresiones

**Ilustración 7.** Esquema mediación cognitiva.

**Fuente:** Elaboración propia con base en Serrano (1994)



## Capítulo IV

### Resultados

Antes de presentar los resultados de esta investigación, es importante recordar que las ciencias sociales tienen competencia para analizar la comunicación institucionalizada. Porque toda comunicación humana es social en razón de la naturaleza de los actores, por ende, es una forma de interacción social (Serrano, 1994). Por ello, el objetivo de la presente investigación, es analizar los textos comunicativos derivados de los medios, en este caso del periódico El Tiempo, explorar lo que aportan al receptor (lector en este caso), identificar sus partes y relacionarlos entre sí, ya que los relatos son elaborados para ofrecer información al receptor, que le permita atribuirle un sentido a la información que recibe, así como evaluar su pertinencia (Serrano, 1994, p.92).

De esta manera, la prensa reproduce un repertorio de representaciones colectivas muy estables, representaciones que conservan un modelo del mundo compartido por los miembros de una sociedad, es decir, las representaciones están sujetas a modelos de mundo que expresan un orden político determinado y dan por supuesta que ese funcionamiento social es el único que merece ser conversado, el único legítimo, razonable o viable (Serano, 1994, p.45). Por ende, los relatos comunicativos de los medios institucionalizados, como el periódico El Tiempo, estarían interesados más bien en lo que permanece (o se desea que permanezca) en la sociedad, que en lo que ella cambia (Serrano, 1994). Por esta razón, los relatos se ajustan por completo a la ideología de la sociedad con la visión del mundo de las clases dominantes. Donde existen relaciones de poder, entre quienes disponen de los medios, quienes marcan el tono de la interacción y quienes seleccionan el entorno de referencia (Serrano, 1994). Estos relatos son elaborados por los medios con determinados símbolos, signos con el objetivo de para cumplir una función social y expresiva, que conlleva a amplificar las visiones del mundo inmersas en los textos.

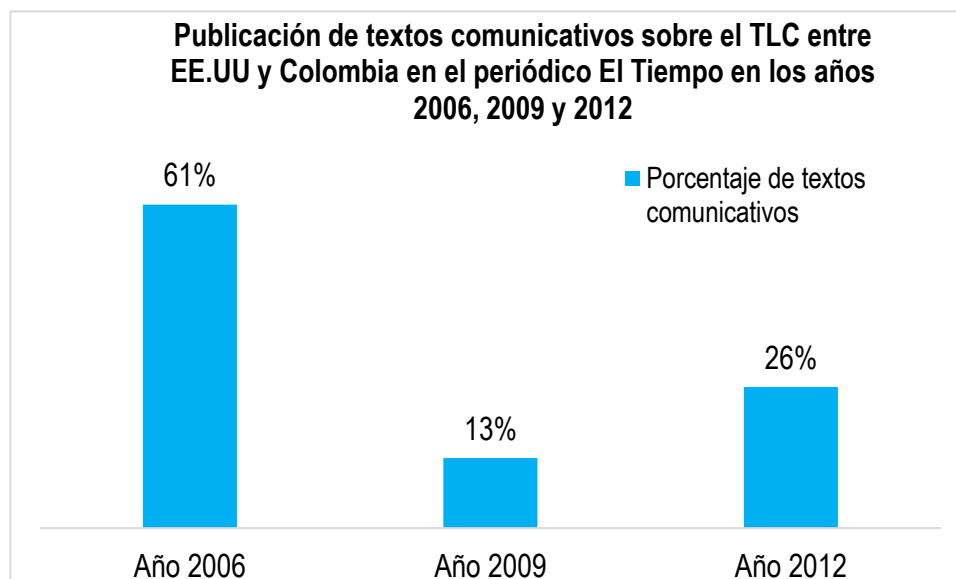
Por consiguiente, para presentar los resultados de la presente investigación debemos conocer la representación social que proyectó el gobierno colombiano sobre el Tratado de Libre Comercio entre Colombia y Estados Unidos, que nos servirá como referente para comparar la representación que el periódico El Tiempo proyectó. Por ende, la representación del gobierno colombiano, la resume el ex presidente Álvaro Uribe en estas palabras:

*El Tratado de Libre Comercio [...] representa una gran oportunidad y un reto para nuestra Patria. [...] Esta negociación busca abrir de manera permanente el mercado de los Estados Unidos para nuestros productos, a fin de generar empleo a partir de la inversión y generar*

*recursos para erradicar la pobreza. [...]El Tratado es una oportunidad para que el país se conmueva en la vía positiva; piense, se proyecte y actúe en grande. [...] Este acuerdo nos exige disciplina, trabajo, transparencia, pero con amor a Colombia, vamos a convertir el TLC en un acuerdo de gana – gana”* (Uribe, 2010)

A partir del análisis de las dos dimensiones de los textos, la mediación estructural y cognitiva, se comprobó que la representación social proyectada por el periódico fue muy similar a la que el propio gobierno colombiano construyó sobre el TLC, presentando al TLC como un acuerdo que traería grandes beneficios económicos para el país en la generación de desarrollo y empleo. Esta idea será sustentada más adelante.

Por ello, los resultados del análisis de las dos mediaciones propuestas por (Serrano, 1994), arrojaron que durante los años 2006, 2009 y 2012, el periódico El Tiempo publicó alrededor de 435 textos relacionados al TLC entre Colombia y Estados Unidos. La frecuencia de su publicación dependió de la etapa en la cual se encontraba la negociación (etapas que están explicadas en el capítulo II), por ello, para el año 2006, etapa de cierre de cierre de negociaciones, se encontraron el 61% de los textos, a diferencia del año 2009, en donde permaneció congelado en materia legislativa el TLC, solo aparecen el 13% de los textos. Para el año 2012, año en que el TLC entró en vigencia, se encontró el 26% del total de los textos publicados (Ver *ilustración 8*). De esta manera, comprobamos que el periódico El Tiempo responde a la coyuntura del TLC, es decir, a la vigencia del acontecer.



**Fuente:** Elaboración propia a partir del análisis de textos comunicativos sobre el TLC entre EE. UU y Colombia en el periódico El Tiempo en los años 2006, 2009 y 2012

**Ilustración 8.** Publicación de textos comunicativos sobre el TLC entre EE. UU y Colombia en el periódico El Tiempo en los años 2006, 2009 y 2012

#### 4.1. La Mediación Estructural

Como se explicó en el capítulo III, el análisis de la mediación estructural permite develar cuáles son las condiciones de las instituciones para cumplir la labor de mediadores. Por ende, se analizó en esta mediación el espacio destinado a cada producto comunicativo, ubicando la paginación y género en el cual aparece el texto (editorial, columna, noticia, etc.), la utilización de imágenes y recursos tipográficos o estructuras narrativas, en donde todos estos elementos están planificados para otorgar legitimidad, validez, objetividad, veracidad a las representaciones que elabora el periódico El Tiempo sobre el TLC entre Colombia y Estados Unidos.

Por esta razón, la presentación de los relatos o textos no es un proceso fortuito, sino que es planificado de acuerdo a los intereses del medio. En este caso el periódico El Tiempo realizó una transformación a su diseño editorial con el objetivo de presentar sus visiones del mundo de manera más efectiva y llamativa. Para ello, pasó de un formato sabana a un formato tabloide en el año 2010, que implicó el cambio del logo del periódico, el paso de letras negras con fondo blanco a letras blancas sobre fondo azul, páginas con menor saturación de color e imágenes de gran tamaño (Ver ilustración 9).



**Fuente:** La Silla Vacía, 18 de octubre del 2010<sup>14</sup>

## Ilustración 9. Cambios en el diseño del periódico El Tiempo

### • Espacio que ocupan los textos/relatos comunicativos

A pesar de los cambios en la diagramación, los espacios para la publicación de textos se mantuvieron, entre ellos se encuentran el espacio *en breves*, que ocupa generalmente una columna, situada en las márgenes de las páginas con una distribución de 5cm x 5cm y en donde se publican textos muy cortos que no superan las 5 líneas. Por otro lado, los espacios que ocupan más de 2 columnas, se encuentran distribuidas por el resto de la página y por su distribución espacial, pueden ir acompañados de imágenes o graficas de gran tamaño. Para comprender estos espacios, se presenta un ejemplo de una página en la sección *Económicas* del periódico El Tiempo:



**Breves:** Se ubican relatos cortos, algunas veces acompañados por imágenes muy pequeñas.

Espacios de dos o más columnas que ocupan el resto de la página, las cuales pueden ser acompañadas por imágenes de gran tamaño.

**Fuente:** Archivo Impreso, El Tiempo, 20 de febrero del 2006.

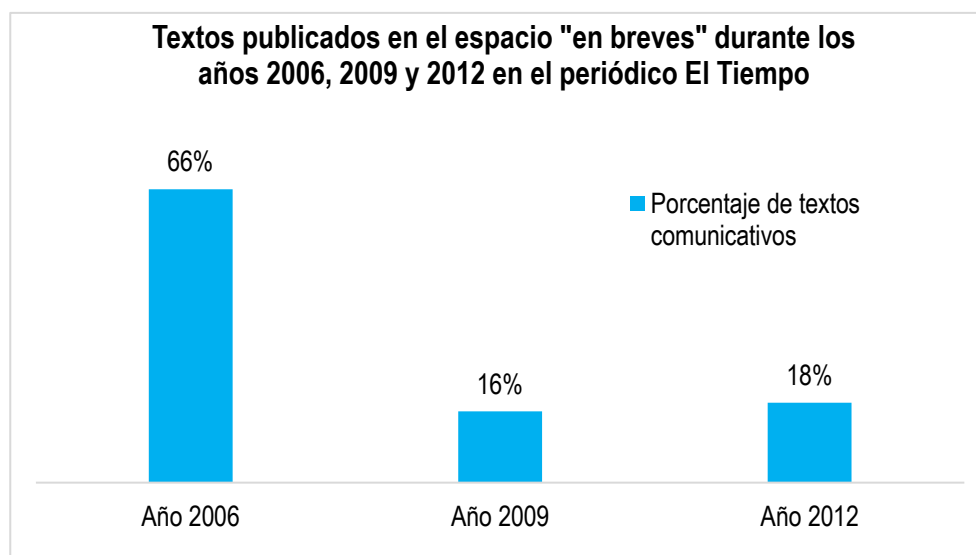
## Ilustración 10. Aspecto sección de Económicas

Para el caso del espacio *en breves*, el periódico el Tiempo publicó el 14,3% del total de los textos en este espacio, los cuales se identificó que están distribuidos entre así: el 66% en el año 2006, el 16% en el año 2009 y el 18% de textos en el año 2012 (Ver *ilustración 11*). Además, se

<sup>14</sup> La Silla Vacía, “La transformación de El Tiempo” 18 de octubre del 2010. <http://lasillavacia.com/historia/18706>

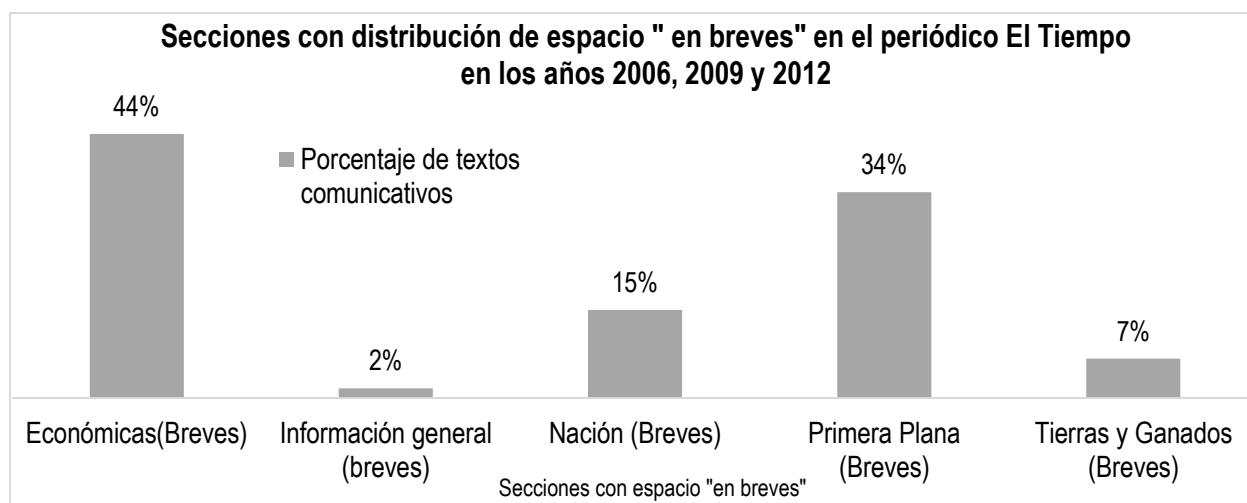
identificó que los textos *en breves* aparecieron principalmente en cinco secciones del periódico: *Económicas, Primera Plana, Nación, Información general y Tierras y ganado*, distribuidos así: el 44% de estos textos en la sección *Económicas*, seguidamente el 34% en *Primera Plana*, el 15 % en la sección *Nación*, el 7% en *Tierras y ganados* y el 2% en la sección de *Información general* (Ver ilustración 12).

De acuerdo con lo anterior, la frecuencia de publicación de relatos en el espacio “en breves” dependió de la vigencia y la etapa que atravesaba el TLC entre Colombia y Estados Unidos, es decir la vigencia del acontecer, a lo que Serrano lo denominaba “presentismo”. Sin embargo, se identifica que los relatos presentados en este espacio ofrecieron información económica muy puntual, enfocada en los aspectos técnicos del acuerdo, tales como: la fecha de la reunión, la frase de algún mandatario, las visita de algún político o mandatario al país, etc.



**Fuente:** Elaboración propia a partir del análisis de textos comunicativos sobre el TLC entre EE. UU y Colombia en el periódico El Tiempo en los años 2006, 2009 y 2012

**Ilustración 11.** Textos publicados en el espacio "en breves" durante los años 2006, 2009 y 2012 en el periódico El Tiempo.



**Fuente:** Elaboración propia a partir del análisis de textos comunicativos sobre el TLC entre EE. UU y Colombia en el periódico El Tiempo en los años 2006, 2009 y 2012

**Ilustración 12.** Secciones con distribución de espacio " en breves" en el periódico El Tiempo en los años 2006, 2009 y 2012

- **Secciones, tipo de texto y paginación.**

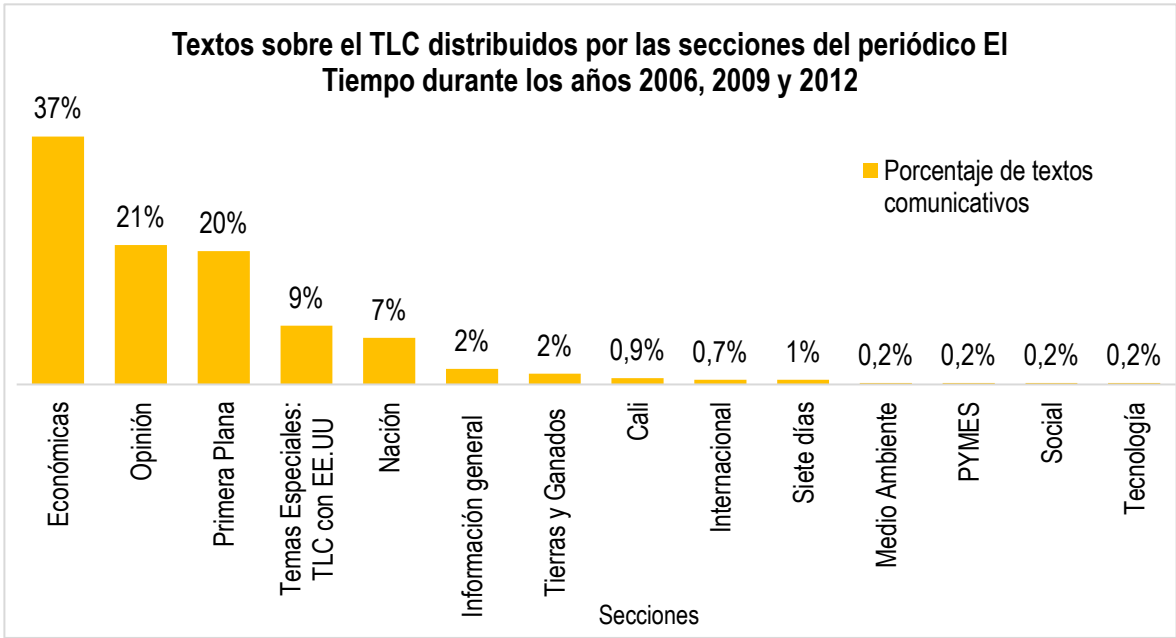
Una de las principales características de la prensa es la segmentación de sus audiencias a través de la separación de los productos comunicativos en secciones, que conlleva a presentar una realidad fragmentada en un mundo.

De esta manera, identificó que el periódico El Tiempo publicó en 14 secciones relatos sobre el TLC entre Colombia y Estados Unidos. Sin embargo, la mayoría de los relatos se encuentran concentrados en 5 secciones: *Económicas*, *Opinión*, *Primera Plana*, *Nación*, *Información General* y *Especiales*, dedicado exclusivamente hablar sobre el TLC. La distribución en estas secciones es la siguiente: el 37% de los textos fueron publicados en sección *Económicas*, el 21% en la sección de *Opinión*, el 20% en la *Primera Plana*, el 9% en la sección de *Especiales*, el 7% en la sección *Nación* y el 2% en *Información General*, el 5% de los textos restantes, se encuentran publicados en las secciones de *Cali*, *Internacional*, *Medioambiente*, *Pymes*, *Siete días*, *Social*, *Tecnología* y *Tierras y Ganados* (Ver ilustración 13).

Estos resultados indican que el periódico El Tiempo situó los textos sobre el TLC, especialmente en la sección *Económicas* y *Opinión* con el propósito de enfocar la discusión por estas vías y evitar así, las discusiones del tratado en aspectos ambientales, sociales, educativos. De esta manera, el periódico difundió una representación social fragmentada, enfocada en presentar el TLC a temas económicos, tales como el empleo, la competitividad de las empresas privadas, la

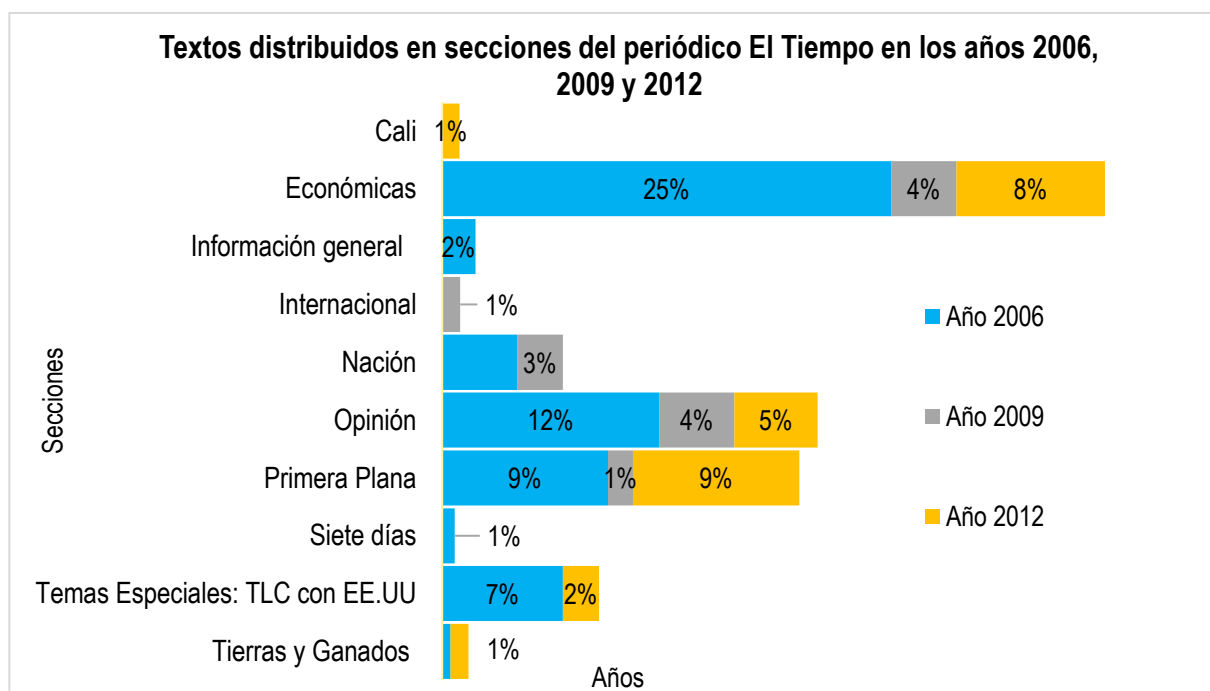
balanza comercial, los aranceles, las patentes, el sistema de ayudas agropecuarias. Por eso, se encuentran en los relatos tecnicismos y/o conceptos que generalmente van acompañados de cifras estadísticas, diagramas de barras, líneas o circulares y tablas de datos, con los cuales se pretendía reforzar la representación del periódico sobre el TLC entre Colombia y Estados Unidos, que se basaba en exponer los beneficios económicos para el país.

Por otro lado, se identificó que la publicación de los textos en las secciones del periódico varió según la etapa del acuerdo. Por ende, se halló que para el año 2006, los textos fueron publicados especialmente en la sección *Económicas*, *Opinión*, *Primera Plana* y *Especiales*; para el año 2009, la publicación se concentró en las secciones de *Económicas*, *Opinión*, *Nación* y *Primera Plana*; y para el año 2012, en la sección *Económicas*, *Primera Plana* y *Opinión*. Por lo tanto, el periódico respondió a una agenda mediática y se concentró en presentar el TLC como un hecho de gran importancia económica, que suscitaba opiniones dentro de la academia y la política, por eso, es evidente que en los años más álgidos del acuerdo, hubo mayor publicación de textos en la sección de *Opinión*, *Primera Plana* y en *Económicas* (Ver ilustración 14).



**Fuente:** Elaboración propia a partir del análisis de textos comunicativos sobre el TLC entre EE. UU y Colombia en el periódico El Tiempo en los años 2006, 2009 y 2012

**Ilustración 13.** Textos sobre el TLC distribuidos por las secciones del periódico El Tiempo durante los años 2006, 2009 y 2012



**Fuente:** Elaboración propia a partir del análisis de textos comunicativos sobre el TLC entre EE. UU y Colombia en el periódico El Tiempo en los años 2006, 2009 y 2012

**Ilustración 14.** Textos distribuidos en secciones del periódico El Tiempo en los años 2006, 2009 y 2012

- **Tipo de texto y su relación con la sección**

Frente al tipo de textos, se identificaron 6 tipos en el periódico El Tiempo: *Noticias*, *Entrevistas*, *Columnas*, *Editoriales*, *Caricaturas* y *Cartas*, los cuales presentaron la siguiente distribución: el 74% de los textos se publicaron como *noticias*, el 9% en *Columnas de opinión*, el 8% en *caricaturas*, el 4% en *Editoriales*, el 4% en *entrevistas* y menos del 1% en *carta*. (Ver ilustración 15).

De esta manera, se puede señalar que el periódico El Tiempo utilizó la noticia como el principal medio de difusión de representaciones sociales. Este tipo de relato, se caracteriza por ofrecer datos exactos, precisos, que responden a las preguntas: ¿Qué? ¿Cómo? ¿Quién? ¿Cuándo? ¿Dónde? ¿Por qué? y que hacen uso de la tercera persona (López, 2016). De esta manera, ayuda a dar la impresión de veracidad, claridad, objetividad, en la que no hay cabida a ningún tipo de juicios de valor en la información ofrecida en el relato.





**Fuente:** Elaboración propia a partir del análisis de textos comunicativos sobre el TLC entre EE. UU y Colombia en el periódico El Tiempo en los años 2006, 2009 y 2012

**Ilustración 15.** Tipo de textos comunicativos en el periódico El Tiempo en los años 2006, 2009 y 2012

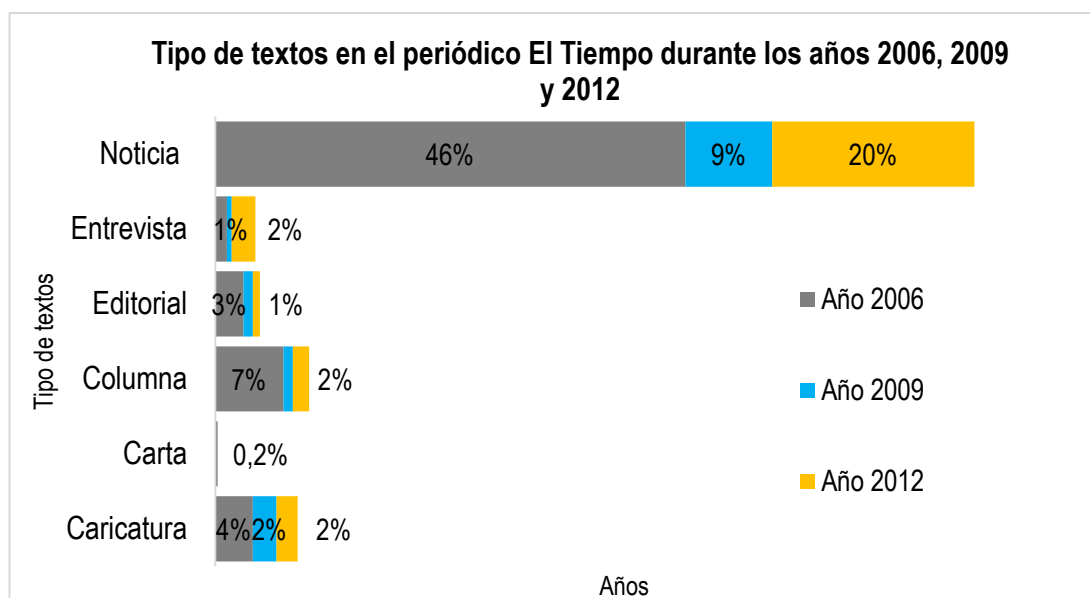
Por otro lado, también se identificaron otro tipo de relatos, tales como la columna de opinión, que se caracteriza por ser redactada en primera persona, donde el columnista ofrece un análisis y opinión sobre cualquier tema de coyuntura, buscando orientar al lector sobre dicho tema (López, 2016). Por ende, utiliza un lenguaje más personal haciendo que el punto de vista, es decir, la condición subjetiva (la representación individual) sobre el acontecer o algún tema, sea la característica más relevante de este tipo de relatos. En el periódico El Tiempo se encontró que las columnas fueron generalmente escritas por líderes políticos y académicos, que en su gran mayoría respaldaban la visión del gobierno colombiano frente al TLC, con el fin de persuadir a las audiencias sobre los beneficios del tratado.

Las editoriales, por su parte se caracterizan por un relato comprensible y convincente, lleno de ideas y argumentos, sin lugar para la discusión, ni la retórica, con el propósito de ofrecer al lector objetividad. Por ello, encontramos que las editoriales del periódico El Tiempo presentaron un relato instructivo y aclaratorio sobre el TLC entre Colombia y Estados Unidos y sus efectos para el país. En efecto, el periódico El Tiempo buscó respaldar la representación que había proyectado el gobierno sobre el TLC, con el fin de influir en las decisiones políticas, sociales y económicas. De esta manera, fue reflejada la posición ideológica, periodística, económica y social del medio (López, 2016).

Por otra parte, las caricaturas se caracterizan por ser una representación en donde se exageran rasgos físicos o las actuaciones de un individuo, por ende, en estas, se combina la crítica, ironía y sarcasmo con temas de coyuntura (López, 2016). Para el caso del periódico El Tiempo, estas caricaturas presentaron el uso de la sátira a situaciones políticas, sociales y a las actuaciones de figuras políticas (tales como presidentes, ministros, delegados negociadores) ligadas al TLC entre Colombia y Estados Unidos. Por otro lado, la entrevista, fue utilizada para conocer a personajes cercanos a la negociación del TLC, la presentación de este relato era por medio en párrafos organizados en preguntas y respuestas, además alrededor de la entrevista, se resaltaban las frases más importantes que había dicho el personaje durante la misma, con el objetivo de atraer la atención al lector y darle relevancia al entrevistado. La carta, fue un relato por medio del cual los lectores pudieron participar opinando sobre un tema específico.

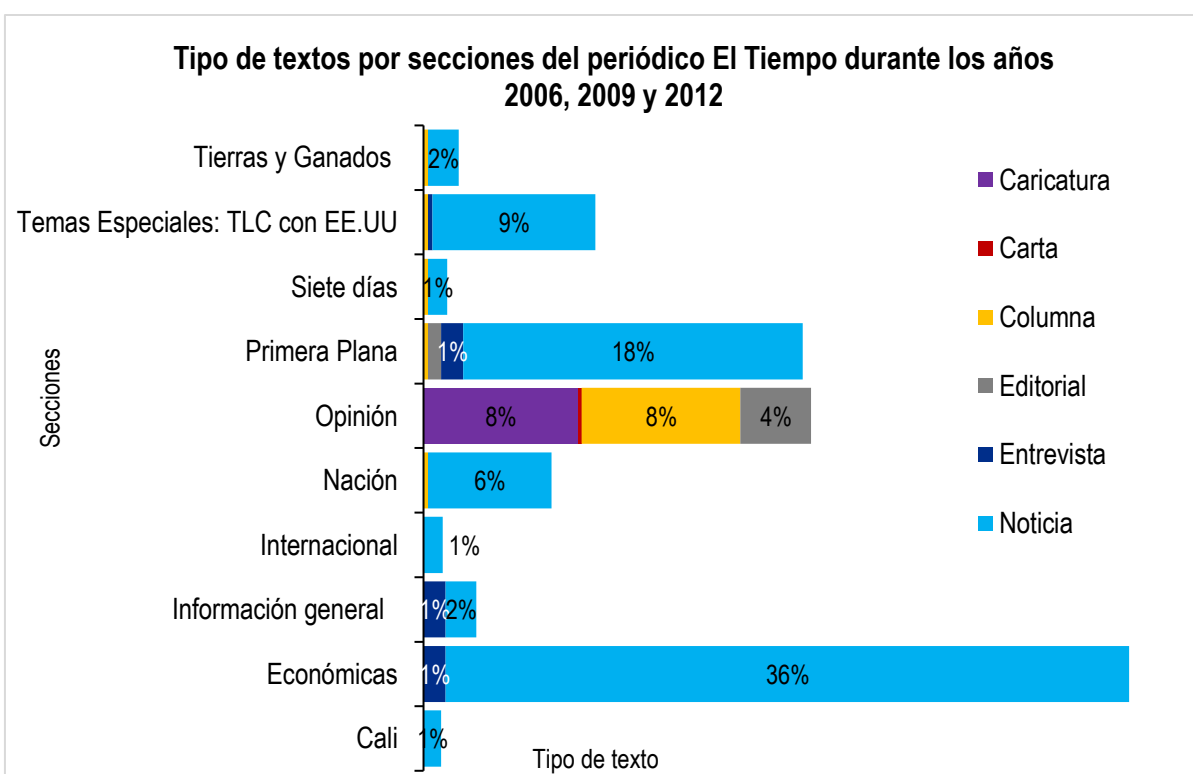
Además, se identificó la variación de estos tipos de textos en los tres años de muestra, que corresponden a las tres etapas mencionadas en el capítulo II, así: para el año 2006, el periódico publicó el 46% los textos en forma de noticias, el 7% en columnas y el 4% en caricaturas. Durante 2009, la mayoría de textos fueron publicados en forma de noticias (9%) y caricaturas (2%), y para el año 2012, el 20% de los textos se publicaron como noticia y el 6% restante en forma de *Entrevista, Columna y Caricatura*. Por su parte, la columna tuvo presencia en todos los años, sobre todo en el 2006, que presentó el 7%. La caricatura, apareció en todos los años, especialmente en el 2006, con el 4%. La entrevista, también apareció en todos los años, pero tuvo mayor participación en el año 2012. La editorial estuvo presente todos los años, sin embargo, en el 2006 obtuvo una mayor participación con respecto a los años 2009 y 2012 (Ver *ilustración 16*). Por último, la noticia, que fue el tipo de texto fue utilizado en mayor medida por el periódico, pero tuvo mayor participación en los años 2012 y 2006 enfocándose en resaltar aspectos económicos TLC, tales como cifras, fechas, entre otras.

Por otro lado, identificamos la relación de la sección y el tipo de noticia, de este modo, la noticia fue el texto que mayoritariamente apareció en todas las secciones del periódico, principalmente en la sección de Económicas, con el 36%, en *Primera Plana* con el 17,7%, en la sección *Especiales* con el 8,5% y en la sección *Nación* con el 6,4%. En la única sección que no apareció la noticia fue en la de *Opinión*, donde la ocupan principalmente la caricatura y la columna, que representan con el 8% cada una y el 3.7% los editoriales. (ver *ilustración 17*)



**Fuente:** Elaboración propia a partir del análisis de textos comunicativos sobre el TLC entre EE. UU y Colombia en el periódico El Tiempo en los años 2006, 2009 y 2012

**Ilustración 16.** Tipo de textos en el periódico El Tiempo durante los años 2006, 2009 y 2012.



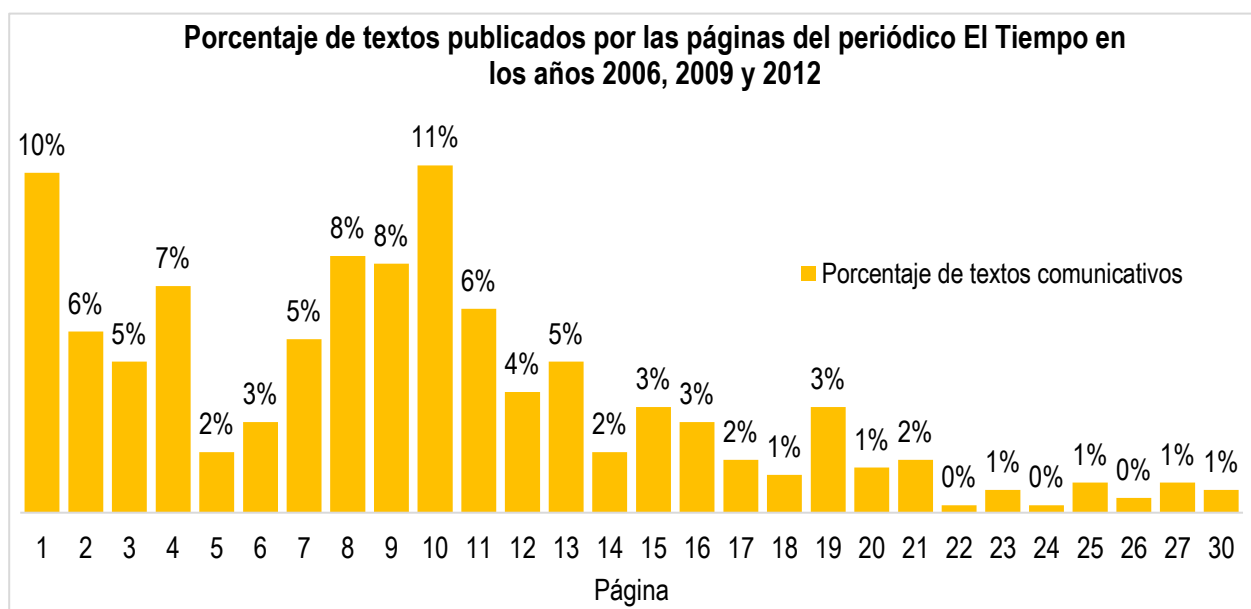
**Fuente:** Elaboración propia a partir del análisis de textos comunicativos sobre el TLC entre EE. UU y Colombia en el periódico El Tiempo en los años 2006, 2009 y 2012

**Ilustración 17.** Tipo de textos por secciones del periódico El Tiempo durante los años 2006, 2009 y 2012

- **Paginación**

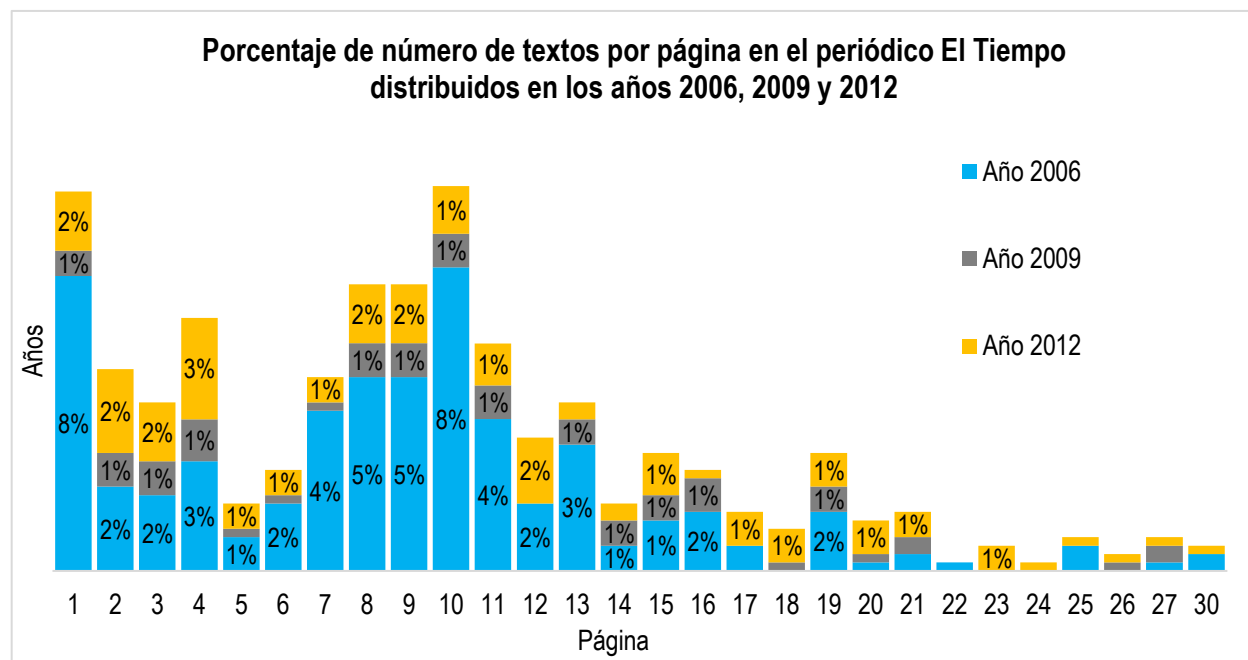
En el periódico El Tiempo se identificó que los relatos sobre el TLC entre Colombia y Estados Unidos fueron ubicados en las primeras páginas, de la página 1 a la 10. Por ende, se encontró que en la página 10, se encuentra el 11% de textos, seguidamente el 10% en la página 1, el 8% en la página 8 y 9, y el 7% de los textos en la página 4. En términos generales, lo que indican estos resultados es que el periódico, El Tiempo ubicó los relatos sobre el TLC entre la página 1 y la página 11 con el objetivo de posicionar el tema en la coyuntura. Dándole relevancia e importancia, así priorizó la ubicación en las primeras páginas para captar la atención de los lectores y permitir la lectura de formas más fácil. (Ver *ilustración 18*)

Por otro lado, se tiene que la aparición en las páginas tuvo variación según la etapa por la cual atravesaba el TLC, por ende, para el año 2006 el periódico se concentró en publicar los textos en las 10 primeras páginas, sobre todo en las páginas 10, 1, 8, 9 y 7, que permite posicionar como un tema importante y relevante entre otros de la coyuntura. En el año 2009, encontramos que la mayoría de los textos se publicaron con frecuencia entre la página 1 y 4, entre la página 8 y 11, esto sucede ya que el TLC atravesaba por la etapa de congelamiento y no tuvo tanta vigencia, ni frecuencia como en los otros años. Para el año 2012, durante la implementación del acuerdo, los textos ocuparon las primeras 4 páginas y entre las páginas 8- 10, con el propósito de mostrar nuevamente el TLC como un tema importante de la coyuntura. (Ver *ilustración 19*)



**Ilustración 18.** Porcentaje de textos publicados por las páginas del periódico El Tiempo en los años 2006, 2009 y 2012

**Fuente:** Elaboración propia a partir del análisis de textos comunicativos sobre el TLC entre EE. UU y Colombia en el periódico El Tiempo en los años 2006, 2009 y 2012

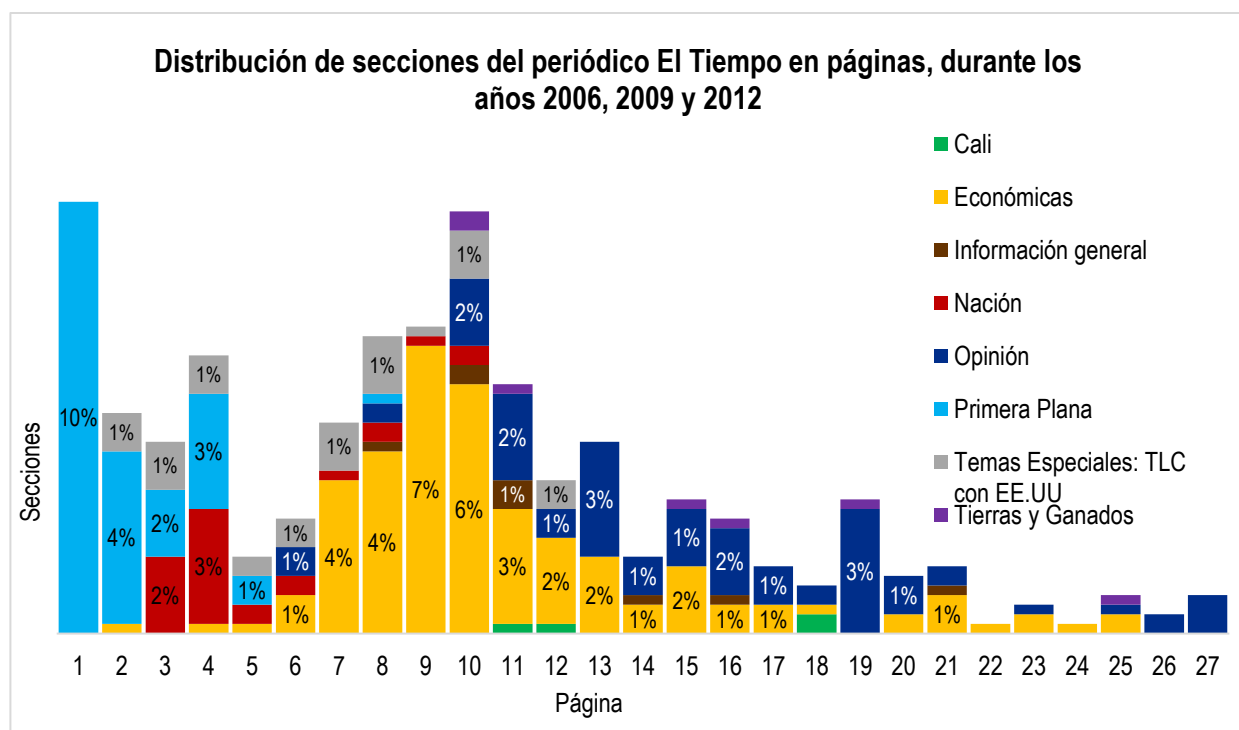


**Fuente:** Elaboración propia a partir del análisis de textos comunicativos sobre el TLC entre EE. UU y Colombia en el periódico El Tiempo en los años 2006, 2009 y 2012

**Ilustración 19.** Porcentaje de número de textos por página en el periódico El Tiempo distribuidos en los años 2006, 2009 y 2012

Por otra parte, se identificó que entre las primeras 11 páginas del periódico se encuentran las secciones que presentan mayor frecuencia de textos publicados. La página 1 hasta la página 4 están ocupadas mayoritariamente por la sección de *Primera Plana*, entre la página 3 y la página 5 se encuentra la sección de *Nación*, entre la página 7 y la página 11 se encuentra concentrada la sección de *Económicas*. Sin embargo, esta sección (*Económicas*) se encuentra distribuida en otras páginas por el cambio de diseño de periódico en el 2010, que alteró las páginas y las secciones. Entre la página 3 y la página 8, aparece la sección de *Especiales* sobre el TLC, la sección de *Opinión*, está distribuida desde la página 11 hasta la 19, la sección de *Tierras y ganados* que con poca frecuencia, se distribuye entre página 10 hasta la página 19.

En conclusión, el periódico escogió las primeras 11 páginas y las secciones *Primera Plana*, *Económicas* y *Temas Especial* para ubicar los relatos sobre el TLC, con el propósito de abordar el TLC en aspectos meramente económicos y otorgar importancia y relevancia sobre otros temas de la coyuntura. (Ver ilustración 20)



**Fuente:** Elaboración propia a partir del análisis de textos comunicativos sobre el TLC entre EE. UU y Colombia en el periódico El Tiempo en los años 2006, 2009 y 2012

**Ilustración 20.** Distribución de secciones del periódico El Tiempo en páginas, durante los años 2006, 2009 y 2012

- **Análisis de la utilización de imágenes**

En el periódico El Tiempo se identificó que el 66% del total de los textos presentan acompañamiento de imágenes y el 34% no presentó ninguna. (Ver ilustración 21)

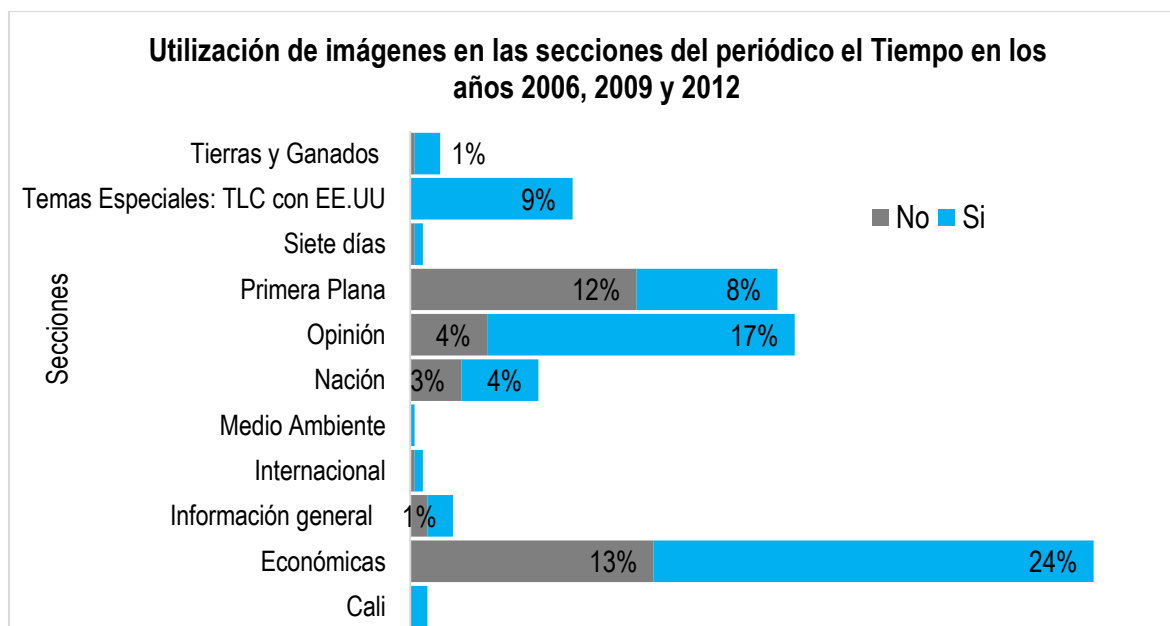


**Fuente:** Elaboración propia a partir del análisis de textos comunicativos sobre el TLC entre EE. UU y Colombia en el periódico El Tiempo en los años 2006, 2009 y 2012

**Ilustración 21.** Presencia de imágenes en los textos comunicativos en el periódico El Tiempo durante los años 2006, 2009 y 2012

Además, se tiene que en las secciones que presentan mayor número de textos publicados, cómo la sección *Económicas*, el 23% de los textos estuvieron acompañados de imágenes y el 13% de los textos no presentó. En la sección de *Opinión*, el 16,6% de los textos estuvo acompañado de imágenes y el 4,1% no, esto sucede porque las columnas de opinión usualmente iban acompañadas de la fotografía del columnista, las caricaturas fueron contadas como imágenes para efectos de este análisis. En la sección *Primera Plana*, encontramos que el 7,6%, de los textos estuvieron acompañados de imágenes y el 12.2%, no presentó. En la sección de *Especiales* del TLC, todos los textos estuvieron acompañados de imágenes, permitiendo resaltar la representación inmersa en ellos. En la sección *Nación*, el 4,1% de los textos estuvieron acompañados de imágenes y el 2,8% no tuvo. (Ver ilustración 22)

En conclusión, en las secciones que más utilizaron imágenes para acompañar los textos fueron en *Económicas*, *Opinión*, *Nación* y *Especiales*, donde el periódico apuntó a reforzar la posición del medio sobre el TLC a través de la utilización de imágenes que sirven para llamar la atención e introducir interpretaciones que refuerzan la representación emitida por el medio. Tengamos en cuenta que estas mismas secciones son las que se ubican en las primeras páginas, logrando así la importancia económica que el periódico le imprimió al acuerdo.

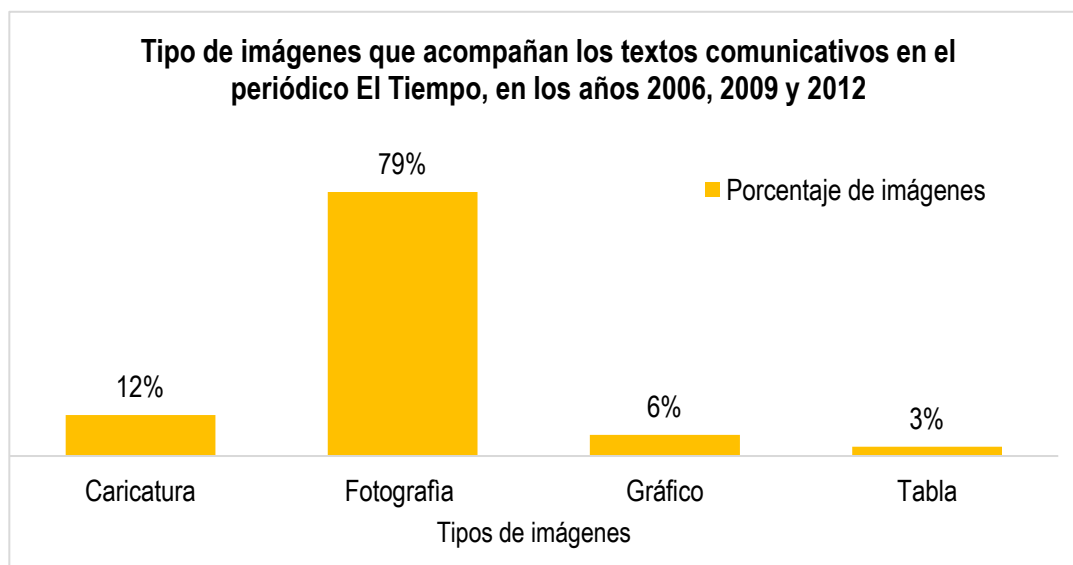


**Fuente:** Elaboración propia a partir del análisis de textos comunicativos sobre el TLC entre EE. UU y Colombia en el periódico El Tiempo en los años 2006, 2009 y 2012

**Ilustración 22.** Utilización de imágenes en las secciones del periódico el Tiempo, durante los años 2006, 2009 y 2012

Por otro lado, se identificaron cuatro tipos de imágenes que acompañaron los textos comunicativos: 78% de ellas corresponden a *Fotografías*, el 12,2% a *caricaturas*, el 6,3% son gráficos. Entre los cuales se encuentran gráficos de barra o circular e infografías y el 2.8% de las imágenes corresponden a *tablas*. Cabe señalar que la mayoría de los textos que están ubicados en las secciones *Económicas* y *Opinión* están acompañados de fotografías, que en gran parte presentan retratos de ministros, miembros negociadores, presidentes, con lo que resulta evidente que el periódico se enfocó en resaltar personajes institucionales e importantes en la esfera política para proyectar veracidad a los puntos de vistas inmersos en los relatos sobre el TLC. Institucionales que elaboraba sobre el TLC. (Ver ilustración 23)

Adicionalmente, se identificó en las secciones el tipo de imágenes que acompañaron los textos, se localizó que en la sección *Económicas* el 31% son fotografías, el 3% gráficos y 2% tablas. En la sección de *Opinión*, por su carácter, el 13% son fotografías que corresponden a los retratos de los columnistas y 12% las caricaturas. En especiales, el 13% son fotografías y 0,3% son tablas. En Primera Plana el 9% son fotografías, un 2% son gráficos y el 1% tablas. Por lo tanto, las secciones con mayor número de textos publicados sobre el TLC estuvieron acompañadas de fotografías de figuras gubernamentales, legitimando así su posición ante el TLC. (Ver ilustración 24)

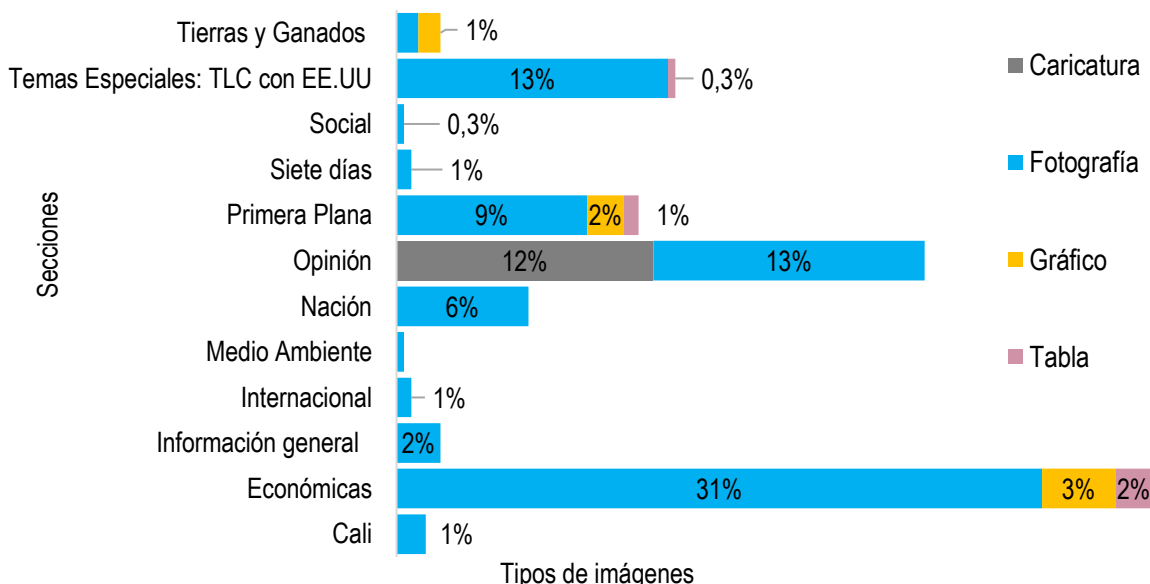


**Fuente:** Elaboración propia a partir del análisis de textos comunicativos sobre el TLC entre EE. UU y Colombia en el periódico El Tiempo en los años 2006, 2009 y 2012

**Ilustración 23.** Tipo de imágenes que acompañan los textos comunicativos en el periódico El Tiempo en los años 2006, 2009 y 2012



## Tipo de imágenes por sección del periódico El Tiempo, en los años 2006, 2009 y 2012



**Fuente:** Elaboración propia a partir del análisis de textos comunicativos sobre el TLC entre EE. UU y Colombia en el periódico El Tiempo en los años 2006, 2009 y 2012

**Ilustración 24.** Tipo de imágenes por sección del periódico El Tiempo, en los años 2006, 2009 y 2012.

Ejemplos de los tipos de imágenes en los relatos del periódico El Tiempo:



**Fotografías y caricaturas:** en la sección de opinión, generalmente se presentó fotografías de los columnistas de opinión y las caricaturas. Archivo impreso, El Tiempo. Sección de Opinión, 28 de enero del 2009.

**Gráficos:** generalmente están compuestos por gráficos de barras, circulares o de líneas que suelen ir acompañados iconos o dibujos.

Archivo impreso, El Tiempo. Sección Primera Plana, 12 de abril del 2012



**Fotografías:** generalmente retratan a ministros, presidentes y personas cercanas al TLC o fotografías que sirvan de referencia del tema que se relata en los textos.

Archivo impreso, El Tiempo. Sección Primera Plana, 17 de febrero del 2006

**Tablas:** Aparecen generalmente cuando se va a explicar algún tema con aspectos económicos en los cuales hacen comparaciones.

Archivo impreso, El Tiempo, Primera Plana, 28 de febrero del 2006



Para concluir el análisis de la dimensión estructural de los textos comunicativos debemos recordar que esta opera introduciendo un ritual comunicativo a las audiencias mediante la repetición de las formas estables del relato (Serrano, 1994, p.136); es decir, relatos en donde se redunden estructuras narrativas que permiten conservar la interpretación de un determinado acontecer en el tiempo.

De este modo, Serrano señalaba que los relatos están confeccionados de modo que “restituyan, a la larga, el valor del sistema completo de producción comunicativa” (Serrano, 1994, p.125), es decir, que se transforme un valor de uso a un valor de cambio en el mercado de los bienes de información, en donde la información resulte interesante. De tal manera, que cada medio, en este caso El Tiempo, debe confeccionar relatos que sean interesantes al mercado y “restituya todos los capitales, entre ellos los económicos o políticos de los dueños que promueven en funcionamiento de la organización” (Serrano, 1994, p.125). A esta práctica errónea de los medios, Serrano la catalogó como *presentismo* que es “la valoración desmedida de la noticia de más actualidad” (Serrano, 1994, p.91). Por esta razón, todo relato difundido en los medios se hace con un fin de satisfacer intereses de políticos, sociales y económicos de grupos o individuos.

Estos aspectos anteriormente señalados, se lograron identificar en el periódico El Tiempo, que, a pesar de sus cambios de diagramación para que resultaran más llamativos sus relatos, dejó intactas secciones y espacios, con el fin de habitar y dar periodicidad a los mismos.

Ahora bien, Serrano señalaba que el medio selecciona prioritariamente el acontecer como una excusa para que sirva como reproducción y/o induzca el cambio de las instituciones, es decir, el acontecer en un medio para la reproducción de la comunicación institucionalizada y el *statu quo* del sistema social. Por ende, el TLC entre Colombia y Estados Unidos fue uno de los acontecimientos que interesó al periódico El Tiempo para cumplir sus objetivos e intereses institucionales.

Por otro lado, en la presentación de los textos sobre el TLC entre Colombia y Estados Unidos, hubo varios aspectos que se lograron identificar: el primero, es que los relatos se ubicaron regularmente en la sección de *Económicas*, ligando el TLC a temas esencialmente económicos tratando de enfocar la mirada en las consecuencias económicas para el país y dejando de lado, las sociales o políticas. Segundo, se identificó que los relatos fueron situados en las primeras 11 páginas del periódico, con el fin de llamar la atención del lector frente al acontecer e imprimirle una valoración importante al acontecimiento. Tercero, difundió los relatos por medio de noticias, en donde la información es muy concreta y precisa el TLC, que permite dar una impresión de

objetividad y rigurosidad a la representación del medio sobre el TLC, por eso escogieron el tipo de texto como la noticia, la cual fue esencialmente económica, en ella se hizo uso de cifras estadísticas y tecnicismos económicos, que ayudaron a darle esta una impresión de veracidad a estas representaciones. Cuarto, el medio utilizó imágenes en una gran proporción de los textos comunicativos, en su gran mayoría fueron fotografías de líderes, funcionarios gubernamentales, presidentes, miembros de los equipos negociadores, con el propósito de que se comprenda universalmente la información consignada en el relato, cumpliendo así la función referencial de las audiencias, de modo tal que se refuerce el mensaje consignado en los relatos y así mostrar como única y verdadera la interpretación del medio sobre el TLC.

#### **4.2. La Mediación Cognitiva**

A continuación, se analizará la estructura narrativa de los relatos que elaboró el periódico El Tiempo sobre el TLC. Para ello se hace un análisis de contenido, que permite identificar la forma como la prensa realiza su labor de mitificación cuando “relaciona la noticia de lo que acontece con las normas y valores” (Serrano, 1994, p.145). De esta manera, se identificará los actores que intervinieron, los roles que jugaron, las fuentes utilizadas para construir este relato y las expresiones que el medio reiteró para referirse al TLC. Además, señalaremos sí los actores en el desempeño de su rol, lograron o fracasaron en sus metas propuestas en el relato del periódico sobre el TLC.

- **Identificación de los actores**

Según García (1997) la prensa toma en cuenta la división de los seres humanos socializados en sujetos y actores sociales para construir los personajes periodísticos. Los sujetos sociales engloban a los sujetos de acción o actores sociales, que deciden la evolución del acontecer. Por ello, en los relatos comunicativos podemos identificar los actores del relato elaborado por el periódico, quienes son nombrados con el fin de entablar una similitud o distanciamiento de las acciones que realizan, es decir, su mención está mediada por un interés institucional.

- **Actores protagonistas:**

Los actores protagonistas, según Serrano (1994), asumen una función de héroes en el relato de la acción que se narra. Estos actores son mencionados principalmente porque actúan a favor de los intereses del periódico. Por ende, en el periódico El Tiempo se identificaron 12 actores protagonistas que corresponden a:

<b>Actores protagonistas</b>	<b>Características</b>
Congresistas colombianos	Hace referencia principalmente a los congresistas pertenecientes a los partidos de gobierno, tales como Colombia Primero, Unidad Nacional. Además de congresistas de partidos opositores tales como el Polo democrático y otros.
Congresistas EE. UU	Hace referencia principalmente a los senadores del Partido Demócrata y el Partido Republicano.
Equipo negociador colombiano	Lo componen principalmente el Ministro de Comercio, el Jefe Negociador, el Ministro de Protección Social y el Ministro de Agricultura.
Equipo negociador EE. UU	Lo compone principalmente el representante comercial de Estados Unidos, los negociadores agrícolas, entre otros.
Gobierno colombiano	Se refiere al conjunto de ministros en cabeza del presidente, entre los que se encuentran: el Min. Comercio, Min. Ambiente, Min. Agricultura, Min. Comunicaciones Min de transporte y embajadores.
Gobierno EE. UU	Se refiere a los ministros y/o secretarías de los Estados Unidos, como el Representante Comercial, Secretaria de Estado, jefe del Departamento de Agricultura, jefe de la oficina de Censo, embajadores, entre otros.
Gremios sociales y sindicales	Se refiere a las centrales obreras colombianas, como la CUT, CGT, CTC, las centrales obreras EE. UU, organizaciones ambientales e indígenas.
Presidente colombiano	Se refiere a los mandatarios colombianos que gobernaron por estos años: Juan Manuel Santos y Álvaro Uribe
Presidente EE. UU	Está compuesto por los dos mandatarios que estuvieron gobernando en este periodo: George Bush y Barack Obama
Presidentes sector agroindustrial	Se refiere a los presidentes y directores de asociaciones de cerealeros, paneleros, paperos, lecheros, maiceros, cafeteros, avicultores, porcicultores, ganaderos

Presidentes sector industrial	tales como: SAC, Fedearroz, Fedepanela, Procaña, Fenavi, Fedegán. Se refiere a los presidentes de asociaciones o gremios de autopartes, textiles, plásticos, zapateros, flores, etc. Tales como: la Andi, Analdex, Acopi, Asocolflores, Acicam, Acolfa. Acoplásticos
Voceros políticos	Candidatos presidenciales, ex presidentes, presidentes de organizaciones privadas, organizaciones financieras, de firmas de abogados, de empresas de servicios, empresas extranjeras.

**Tabla 1** Actores Protagonistas

**Fuente:** Elaboración propia a partir del análisis de textos comunicativos sobre el TLC entre EE. UU y Colombia en el periódico El Tiempo en los años 2006, 2009 y 2012

Se analiza que los actores protagonistas como: *el gobierno colombiano, equipo negociador colombiano, presidente colombiano*, fueron mencionados de modo regular por el periódico El Tiempo. Los actores como *el gobierno EE. UU, presidente sector industrial y presidente EE. UU y voceros políticos*, tuvieron una proporción más baja de mención que los anteriores actores. Por último, *presidentes sector agroindustrial, Congresistas colombianos, los gremios sociales y sindicales, los congresistas EE. UU y el equipo negociador EE. UU*, debido a la coyuntura que presentó el TLC, estos actores fueron mencionados ocasionalmente en los relatos comunicativos.

De esta manera, se identifica que el periódico El Tiempo resaltó al grupo del *gobierno colombiano, el equipo negociador colombiano y el presidente colombiano*, sobre otros actores, porque al parecer fue el grupo con el que se encuentra identificado el periódico (Ver *ilustración 25*). Por otro lado, debemos señalar que estos actores protagonistas actuaron como agentes, que intervienen en el acontecer, pero además que figuran en el relato portavoces o representantes de otras personas, grupos, instituciones u organizaciones. De tal manera, que estos actores regularmente sirvieron a la comunicación institucional en la manera que pusieron en circulación información elaborada por otros actores o por las organizaciones o instituciones que representan.



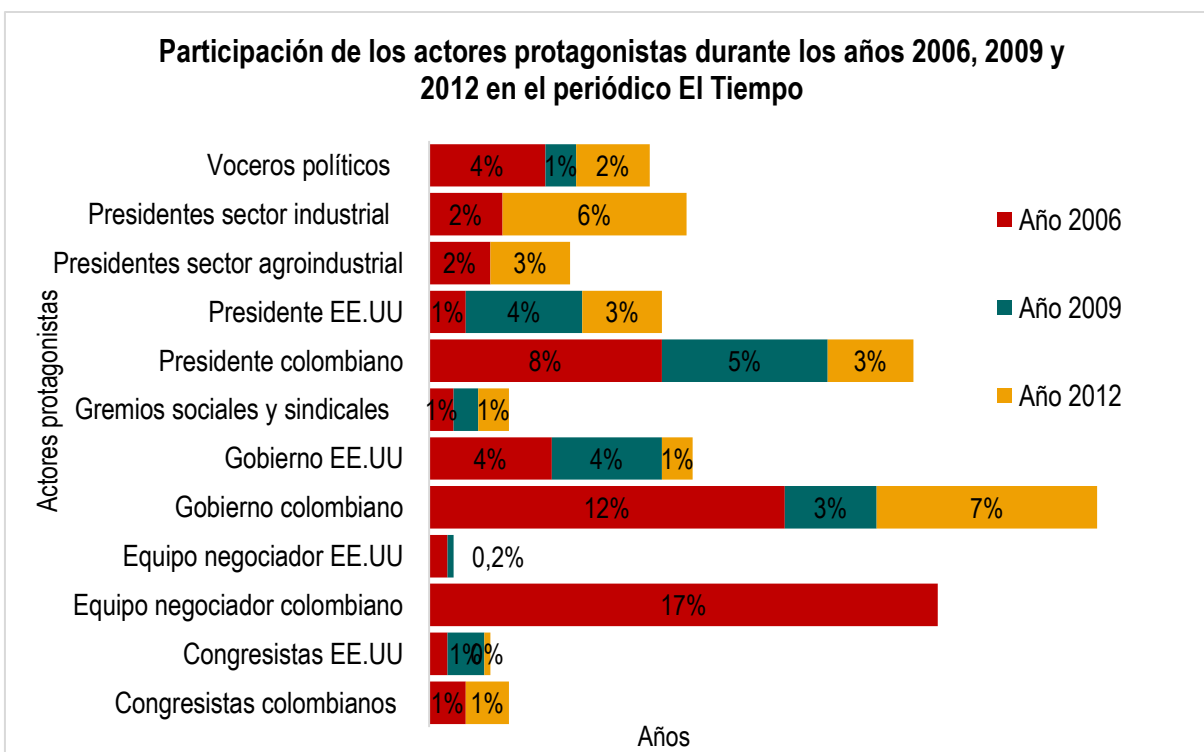


**Fuente:** Elaboración propia a partir del análisis de textos comunicativos sobre el TLC entre EE. UU y Colombia en el periódico El Tiempo en los años 2006, 2009 y 2012

**Ilustración 25.** Actores protagonistas referenciados en los textos comunicativos del periódico El Tiempo en los años 2006, 2009 y 2012

Por otro lado, en la *ilustración 26* se identifica la participación de los actores protagonistas durante los años analizados. Se aprecia que durante la etapa de negociaciones del TLC entre Colombia y Estados Unidos y en el cierre del año 2006, en la cual se presentaron confrontaciones entre los representantes del gobierno de Colombia y Estados Unidos, fueron mencionados frecuentemente *el equipo negociador colombiano*, el cual no volvió a figurar después del cierre de negociaciones; *el gobierno colombiano*, *el presidente colombiano* y *el gobierno EE.UU.* En el 2009, en mitad de la etapa de congelamiento legislativo, fueron mencionados regularmente *el presidente colombiano*, *gobierno EE. UU*, *gobierno colombiano*, *el presidente colombiano*, *gobierno colombiano* y *el equipo negociador colombiano*, los cuales, los últimos tres, se enfocaron en tratar de “destrabar” el TLC del Congreso EE.UU. En el año 2012, fueron mencionados a menudo *el gobierno colombiano*, *presidentes sector industrial*, *presidente colombiano*, *presidentes del sector agroindustrial*, los cuales en los relatos exponían las consecuencias de la implementación del TLC para el país.

De este modo, el periódico El Tiempo mencionó mayoritariamente al grupo del gobierno colombiano y sus cercanos en todas las etapas del acuerdo con el propósito de demostrar que la posición de estos actores protagonistas fue la que correspondió a los intereses del medio, ya que tenían posiciones y argumentos que podían defender, a la vez que presentaban interpretaciones que el medio quería ofrecer sobre el acontecer, es decir, utilizaron estos actores protagonistas para reiterar las representaciones del periódico sobre el TLC.



**Fuente:** Elaboración propia a partir del análisis de textos comunicativos sobre el TLC entre EE. UU y Colombia en el periódico El Tiempo en los años 2006, 2009 y 2012

**Ilustración 26.** Participación de los actores protagonistas durante los años 2006, 2009 y 2012 en el periódico El Tiempo

- **Actores antagonistas**

Los actores antagonistas son referenciados por el periódico El Tiempo según cómo actúen a favor o en contra del grupo con el cual se va identificar el periódico. De esta manera, se identificó 14 actores antagonistas, cuya descripción se presenta a continuación:



<b>Actores antagonistas</b>	<b>Características</b>
Empresas/ Instituciones extranjeras	Hace referencia a multinacionales extranjeras, sobre todo de EE.UU. Tales como multinacionales farmacéuticas o agrícolas. Además de instituciones como Banco Mundial, FMI, Comisión Andina, entre otros.
Equipo negociador colombiano	Lo componen principalmente el Ministro de Comercio, el jefe negociador, el Ministro de Protección Social y el Ministro de Agricultura.
Equipo negociador EE. UU	Lo compone principalmente el representante comercial de Estados Unidos, los negociadores agrícolas, entre otros.
Gobierno colombiano	Se refiere al conjunto de ministros en cabeza del presidente, entre los que se encuentran: el Min. Comercio, Min. Ambiente, Min. Agricultura, Min. Comunicaciones Min de transporte y embajadores.
Gobierno EE. UU	Se refiere a los ministros y/o secretarías de los Estados Unidos, como el Representante Comercial, Secretaria de Estado, jefe del Departamento de Agricultura, jefe de la oficina de Censo, embajadores, entre otros.
Gremios sociales y sindicales	Se refiere a las centrales obreras colombianas, como la CUT, CGT, CTC, las centrales obreras EE. UU, organizaciones ambientales e indígenas.
Entidad estatal/gubernamental	Hace referencia entidades estatales como Corte Constitucional, Tribunales de justicia de Colombia y a entidades gubernamentales de EE. UU y Colombia, tales como la Dian, Ciat, el Dane, Proexport, Invima, Ciat, Cide, Fedesarrollo, Oficina de Planeación Nacional, Cámara de Comercio, entre otros.
Presidentes sector agroindustrial	Se refiere a los presidentes y directores de asociaciones de cerealeros, paneleros, paperos, lecheros, maiceros, cafeteros, avicultores, porcicultores, ganaderos tales como: SAC, Fedearroz, Fedepanela, Procaña, Fenavi, Fedegán.
Presidentes sector industrial	Se refiere a los presidentes de asociaciones o gremios de autopartes, textiles, plásticos, zapateros, flores, etc. Tales como: la Andi, Analdex, Acopi, Asocolflores, Acicam, Acolfa. Acoplásticos

Voceros políticos	Candidatos presidenciales, ex presidentes, presidentes de organizaciones privadas, organizaciones financieras, de firmas de abogados, de empresas de servicios, empresas extranjeras.
Congresistas colombianos	Hace referencia principalmente a los congresistas pertenecientes a los partidos de gobierno, tales como Colombia Primero, Unidad Nacional. Además de congresistas de partidos opositores tales como el Polo democrático y otros.
Congresistas EE. UU	Hace referencia principalmente a los senadores del partido demócrata y el partido republicano.
Presidente colombiano	Se refiere a los mandatarios colombianos que gobernaron por estos años: Juan Manuel Santos y Álvaro Uribe
Presidente EE.UUU	Está compuesto por los dos mandatarios que estuvieron gobernando en este periodo: George Bush y Barack Obama

**Fuente:** Elaboración propia a partir del análisis de textos comunicativos sobre el TLC entre EE. UU y Colombia en el periódico El Tiempo en los años 2006, 2009 y 2012

**Tabla 2** Actores Antagonistas

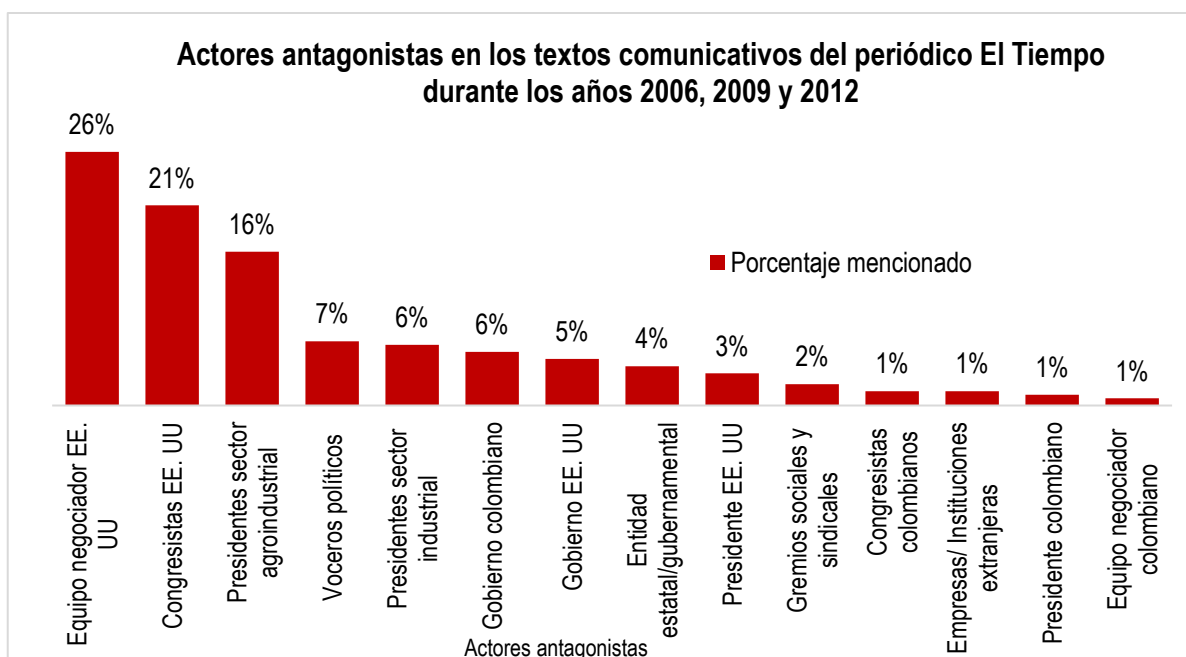
Entre los principales actores antagonistas, se ubica el *equipo negociador EE. UU*, *los congresistas EE. UU* (en su mayoría demócratas, presentaron mayores objeciones al TLC por el tema de violación de DD. HH), *presidentes sector agroindustrial*, los cuales presentaron críticas a los aspectos arancelarios y montos de importación. Por su parte, fueron mencionadas con menor frecuencia, *los voceros políticos*, *presidente sector industrial*, *gobierno de EE.UU* y *las entidades estatales/gubernamentales*, que fueron referenciadas a raíz de un fallo del tribunal al declarar al gobierno colombiano impedido para negociar el acuerdo por violación de las normas constitucionales, *los gremios sociales y sindicales*, *los congresistas colombianos*, *las empresas o instituciones extranjeras*, *presidente colombiano* y *el equipo negociador colombiano*, fueron mencionadas eventualmente por la coyuntura del TLC, donde el medio consideró resaltar su actuación sobre otras. Sin embargo, hay que tener en cuenta que los actores antagonistas fueron referenciados por el periódico porque presentaron una posición distinta a la que ellos se identificaban. (Ver ilustración 27)

Ahora bien, los actores antagonistas aparecen en mayor o menor proporción, dependiendo de las etapas que atravesaba el TLC, por ende, en el año 2006 surgieron como actores antagonistas

principalmente *el equipo negociador EE. UU*, que por la coyuntura del cierre de negociaciones no tuvo mención en otros años. Después del cierre de negociaciones, quien empezó asumir todas las relaciones comerciales fue el gobierno colombiano, en cabeza del presidente. También, fueron mencionados *los congresistas EE. UU, los presidentes de sector agroindustrial, la entidad estatal/gubernamental, presidentes sector industrial, vocero político* pues presentaron objeciones a lo acordado en la mesa de negociaciones. Como lo explicamos en el capítulo II, las discusiones iban encaminadas en torno a temas como: la violación de los DD. HH, la política laboral colombiana, la eliminación de franjas de precios, que generó preocupación en los gremios industriales y agrícolas colombianos.

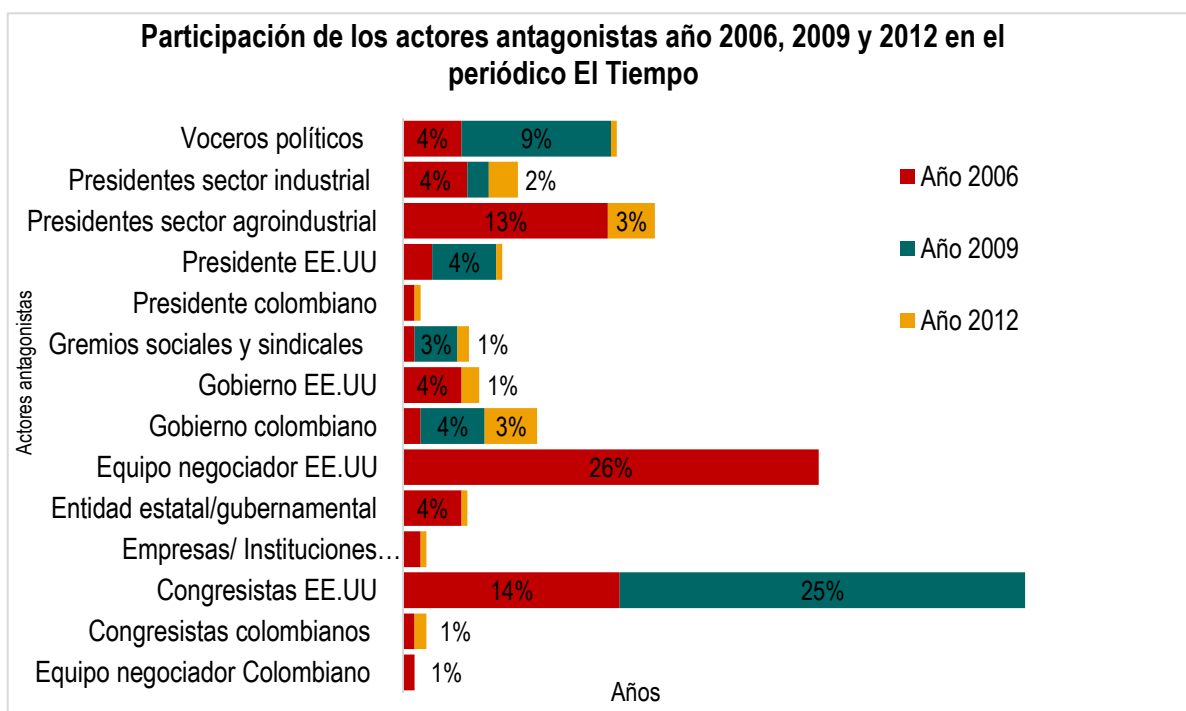
En el 2009, durante la etapa de congelamiento, fueron mencionados en regularmente *los congresistas EE. UU, voceros políticos y presidente EE.UU.*, los cuales fueron los que impidieron la firma del TLC para ese año. En el 2012, en la etapa de implementación del acuerdo, fueron mencionados regularmente *el gobierno colombiano, presidentes sector agroindustrial, presidente sector industrial*, por la discusión de ayudas económicas provenientes de EE. UU y el Sistema de Agro Ingreso Seguro (AIS). Sin embargo, fue el año en que menos actores antagonistas fueron referenciados pues el periódico se concentró en exponer las bondades del acuerdo y relegar en cierto sentido la crítica. (Ver *ilustración 28*). Es decir, se concentró en mencionar a los actores los cuales tenían similares interpretaciones frente al TLC.

De esta manera, el periódico El Tiempo presentó al *Equipo negociador EE. UU y sus cercanos y los presidentes sector agroindustrial colombianos*, a voceros políticos, presidentes sector industrial como antagonistas, pues estos actuaron en contra del grupo de referencia del periódico, por ende, el periódico los referenció como los antihéroes, con el fin de mostrar que sus posiciones y actuaciones no eran válidas, deslegitimando sus argumentos, en contraposición de los argumentos y actuaciones de los grupos cercanos al gobierno colombiano.



**Fuente:** Elaboración propia a partir del análisis de textos comunicativos sobre el TLC entre EE. UU y Colombia en el periódico El Tiempo en los años 2006, 2009 y 2012

**Ilustración 28.** Actores antagonistas en los textos comunicativos del periódico El Tiempo durante los años 2006, 2009 y 2012



**Ilustración 27.** Participación de los actores antagonistas año 2006, 2009 y 2012 en el periódico El Tiempo

**Fuente:** Elaboración propia a partir del análisis de textos comunicativos sobre el TLC entre EE. UU y Colombia en el periódico El Tiempo en los años 2006, 2009 y 2012

#### ▪ Actores ayudantes

Los actores ayudantes proveen de medios a los actores (protagonistas/antagonistas) para que consigan sus objetivos. En el periódico El Tiempo se identificaron 12 actores ayudantes los cuales presentaron algunas características importantes, entre ellos:

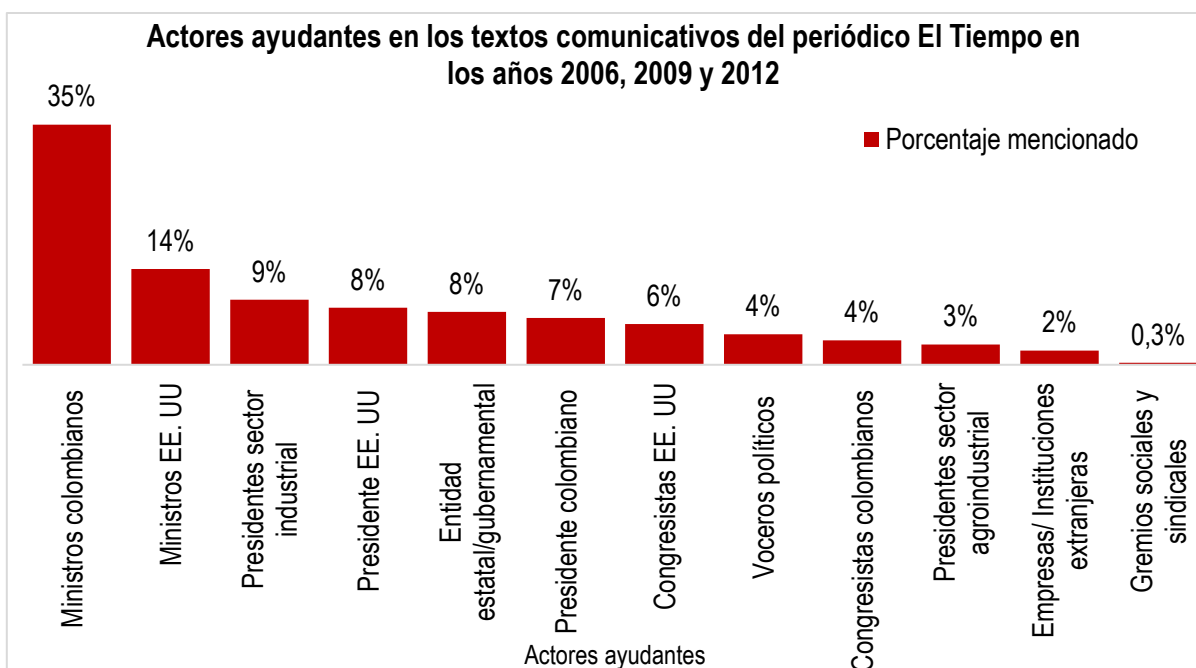
Actores ayudantes	Características
Ministros colombianos	Se refiere a los ministros de Agricultura, Protección Social, Transporte, Hacienda, Comercio, entre otros. Tanto de los gobiernos de Álvaro Uribe como el de Juan Manuel Santos.
Ministros EE. UU	Se refiere las secretarías de Comercio, Estado, Agrícola. Tanto de los gobiernos de Barack Obama y de George Bush.
Empresas/ Instituciones extranjeras	Hace referencia a multinacionales extranjeras, sobre todo de EE.UU. Tales como multinacionales farmacéuticas o agrícolas. Además de instituciones como Banco Mundial, FMI, Comisión Andina, entre otros.
Equipo negociador colombiano	Lo componen principalmente el Ministro de Comercio, el jefe negociador, el Ministro de Protección Social y el Ministro de Agricultura.
Equipo negociador EE. UU	Lo compone principalmente el representante comercial de Estados Unidos, los negociadores agrícolas, entre otros.
Gobierno colombiano	Se refiere al conjunto de ministros en cabeza del presidente, entre los que se encuentran: el Min. Comercio, Min. Ambiente, Min. Agricultura, Min. Comunicaciones Min de transporte y embajadores.
Gobierno EE. UU	Se refiere a los ministros y/o secretarías de los Estados Unidos, como el Representante Comercial, Secretaria de Estado, jefe del Departamento de Agricultura, jefe de la oficina de Censo, embajadores, entre otros.
Gremios sociales y sindicales	Se refiere a las centrales obreras colombianas, como la CUT, CGT, CTC, las centrales obreras EE. UU, organizaciones ambientales e indígenas.

Entidad estatal/gubernamental	Hace referencia entidades estatales como Corte Constitucional, Tribunales de justicia de Colombia y a entidades gubernamentales de EE. UU y Colombia, tales como la Dian, Ciat, el Dane, Proexport, Invima, Ciat, Cide, Fedesarrollo, Oficina de Planeación Nacional, Cámara de Comercio, entre otros.
Presidentes sector agroindustrial	Se refiere a los presidentes y directores de asociaciones de cerealeros, paneleros, paperos, lecheros, maiceros, cafeteros, avicultores, porcicultores, ganaderos tales como: SAC, Fedearroz, Fedepanela, Procaña, Fenavi, Fedegán.
Presidentes sector industrial	Se refiere a los presidentes de asociaciones o gremios de autopartes, textiles, plásticos, zapateros, flores, etc. Tales como: la Andi, Analdex, Acopi, Asocolflores, Acicam, Acolfa. Acoplásticos
Voceros políticos	Candidatos presidenciales, ex presidentes, presidentes de organizaciones privadas, organizaciones financieras, de firmas de abogados, de empresas de servicios, empresas extranjeras.

**Fuente:** Elaboración propia a partir del análisis de textos comunicativos sobre el TLC entre EE. UU y Colombia en el periódico El Tiempo en los años 2006, 2009 y 2012

**Tabla 3.** Actores ayudantes

Por ende, en los años analizados encontramos mencionados como actores ayudantes usualmente a los *ministros colombianos, los ministros EE. UU, presidente EE. UU, presidente sector industrial y entidad estatal/ gubernamental, Presidente Colombiano y Congresistas EE.UU.* Por otro lado, aparecieron en menor medida mencionados, los *presidentes del sector agroindustrial, voceros políticos, empresas/ instituciones extranjeras, congresistas colombianos gremios sociales y sindicales.* A partir de estos resultados, el periódico El Tiempo mencionó en los relatos frecuentemente a actores cercanos al *gobierno colombiano y al equipo negociador colombiano (Ver ilustración 29)*



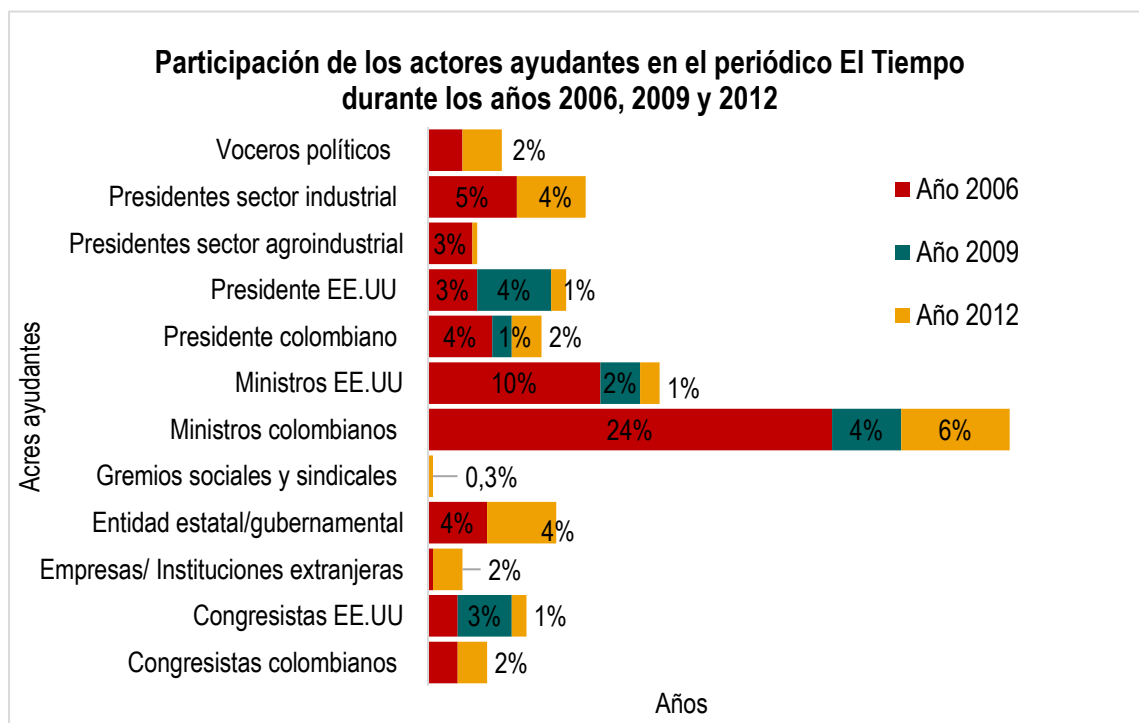
**Fuente:** Elaboración propia a partir del análisis de textos comunicativos sobre el TLC entre EE. UU y Colombia en el periódico El Tiempo en los años 2006, 2009 y 2012

**Ilustración 29.** Actores ayudantes en los textos comunicativos del periódico El Tiempo en los años 2006, 2009 y 2012

Ahora bien, la referencia de este tipo de actores tuvo variaciones en el tiempo, por ello, para el año 2006, en el cierre de negociaciones, *los ministros colombianos, los ministros EE. UU, entidades estatales/ gubernamentales y el presidente colombiano* fueron los que intervinieron principalmente en esta etapa. En el año 2009, aparecieron menos actores ayudantes, entre los cuales se destaca *el presidente de EE. UU, ministros colombianos y congresistas EE.UU.* Finalmente, en el año 2012, en la implementación del TLC, se encuentran *los ministros colombianos, los presidentes del sector industrial, la entidad estatal/gubernamental* que se enfocaron en su gran mayoría en respaldar la implementación del acuerdo.

Con base en eso, el periódico El Tiempo mencionó frecuentemente a los actores ayudantes en el año 2006, ya que fue la etapa en la que *el gobierno colombiano y el equipo negociador colombiano* eran más susceptibles a la crítica. Para el 2009, la reducción del número de actores ayudantes se produjo por el congelamiento legislativo y la vigencia del acuerdo. En el 2012, los ayudantes se presentaron en menor proporción que en febrero del 2006, ya que esta etapa se

caracterizó por reafirmar los “beneficios” de la entrada en vigencia del acuerdo. (Ver ilustración 30)



**Fuente:** Elaboración propia a partir del análisis de textos comunicativos sobre el TLC entre EE. UU y Colombia en el periódico El Tiempo en los años 2006, 2009 y 2012

**Ilustración 30.** Participación de los actores ayudantes en el periódico El Tiempo durante los años 2006, 2009 y 2012.

En conclusión, el periódico El Tiempo mencionó regularmente actores que desempeñaron cargos institucionales como *los ministros colombianos* y *los ministros EE. UU*, con el propósito de respaldar y legitimar las posiciones de los actores protagonistas, los cuales actuaron durante todas las etapas del TLC, convirtiéndose así en los mejores aliados del grupo del gobierno colombiano. El propósito de estos actores ayudante fue específicamente de legitimar la representación social emitida por el periódico y el grupo de actores protagonistas con los cuales se identificó el periódico.

- **Actores afectados**

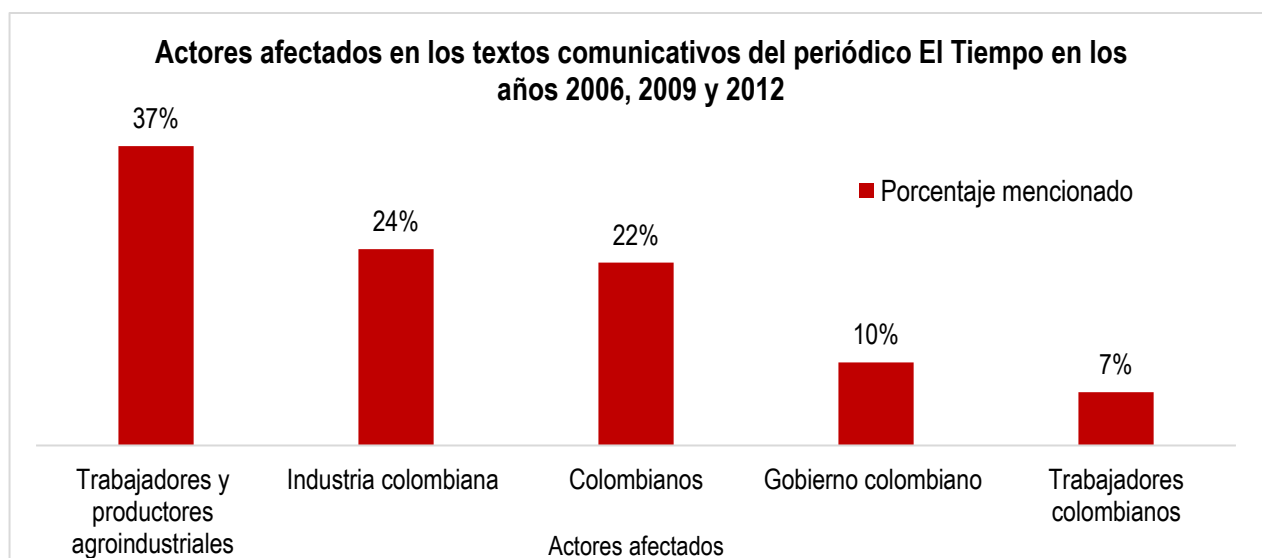
Los actores afectados no participan activamente en los acontecimientos, pero son sujetos que sufren de las consecuencias generadas por la actuación de otros actores (Serrano, 1994, p.229). En el periódico El Tiempo, se identificó 5 actores afectados.



Entre ellos, se encuentra mencionado de modo regular los *trabajadores y productores agroindustriales colombianos, la industria colombiana y los colombianos*. Estos afectados fueron mencionados por las actuaciones de los actores protagonistas y/o antagonistas. De esta manera, *los trabajadores y productores agroindustriales, colombianos e industria colombiana*, según algunos actores protagonistas, tales como el gobierno colombiano, el presidente colombiano, iban ser afectados positivamente con la firma del TLC por la exportación masiva de sus productos. Contrario a la mención de algunos actores antagonistas, tales como los presidentes del sector agroindustrial e industrial, señalaban que estos iban ser afectados de forma negativa por la firma del TLC, por la importación de productos subsidiados de EE.UU. Por su parte, los actores como la industria colombiana, fue mencionada usualmente por el gobierno colombiano, aludiendo a las posibilidades que tendría este sector en materia comercial, ya que tendrían acceso al “mercado más grande del mundo”.

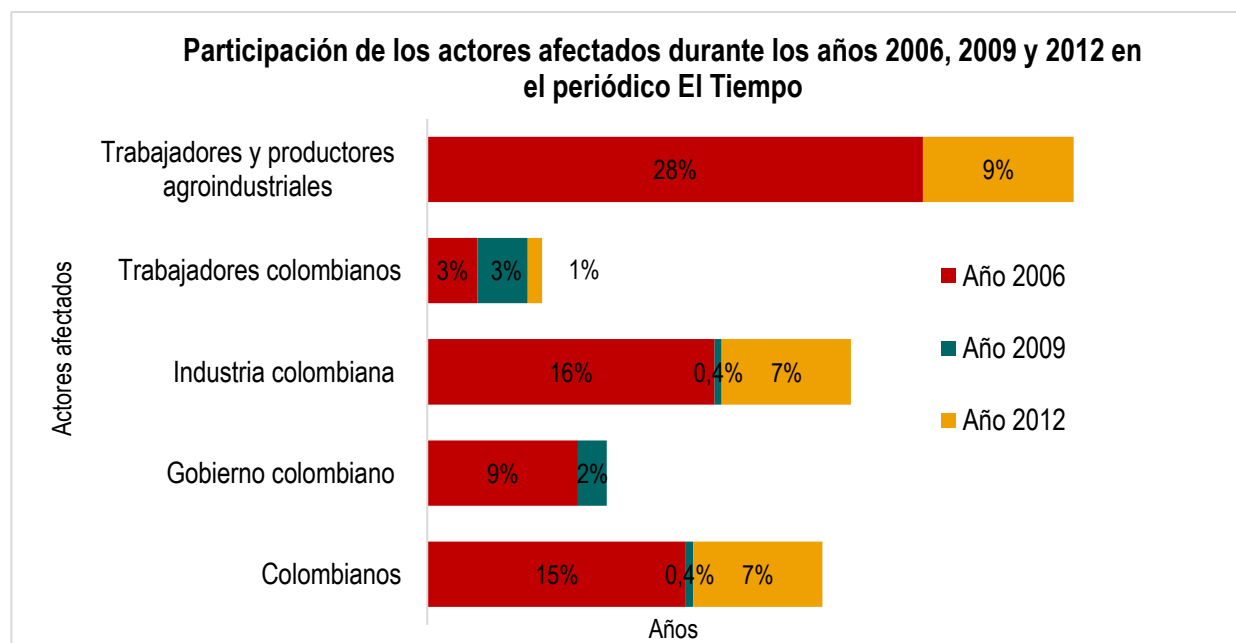
Los colombianos, según algunos actores, iban ser afectados por la baja de los precios de automóviles y otros productos importados por el TLC. Por su parte, el gobierno colombiano, resultó afectado por las acciones de los congresistas demócratas y las posiciones del presidente Obama, que impidieron la firma del acuerdo durante varios años. Y los trabajadores colombianos fueron referenciados ya que serían afectados por la pérdida de puestos de trabajo por la importación de bienes y la violación de sus DD. HH, pero en materia positiva, porque se respetarían, según el gobierno colombiano, todas las normas de la OIT (*Ver ilustración 31*)

Por otra parte, se identificó la variación de la mención de estos actores en los relatos del periódico según sus años, por ejemplo, en el año 2006, durante el cierre de negociaciones, los principales afectados fueron los *trabajadores y productores agroindustriales colombianos, la industria colombiana y los colombianos*, ya que en esta etapa se evidenció las posiciones contrapuestas entre los actores. En el año 2009, los principales actores fueron el *gobierno colombiano y los trabajadores colombianos*, porque fueron afectados por los congresistas EE. UU que congelaron la firma del TLC y los otros, porque son los afectados según estos mismos congresistas, por la violación reiterada de los DD. HH en Colombia. En el 2012, en la etapa de implementación del acuerdo, fueron mencionados usualmente los *trabajadores y productores agroindustriales colombianos, la industria colombiana y los colombianos*, en aspectos positivos, ya que adquirieron el carácter de “beneficiarios” del acuerdo, según el periódico y los grupos con los cuales se identifica (*Ver ilustración 32*)



**Fuente:** Elaboración propia a partir del análisis de textos comunicativos sobre el TLC entre EE. UU y Colombia en el periódico El Tiempo en los años 2006, 2009 y 2012

**Ilustración 31 .** Actores afectados en los textos comunicativos del periódico El Tiempo en los años 2006, 2009 y 2012



**Fuente:** Elaboración propia a partir del análisis de textos comunicativos sobre el TLC entre EE. UU y Colombia en el periódico El Tiempo en los años 2006, 2009 y 2012

**Ilustración 32.** Participación de los actores afectados durante los años 2006, 2009 y 2012 en el periódico El Tiempo

#### 4.2.1 Análisis del rol.

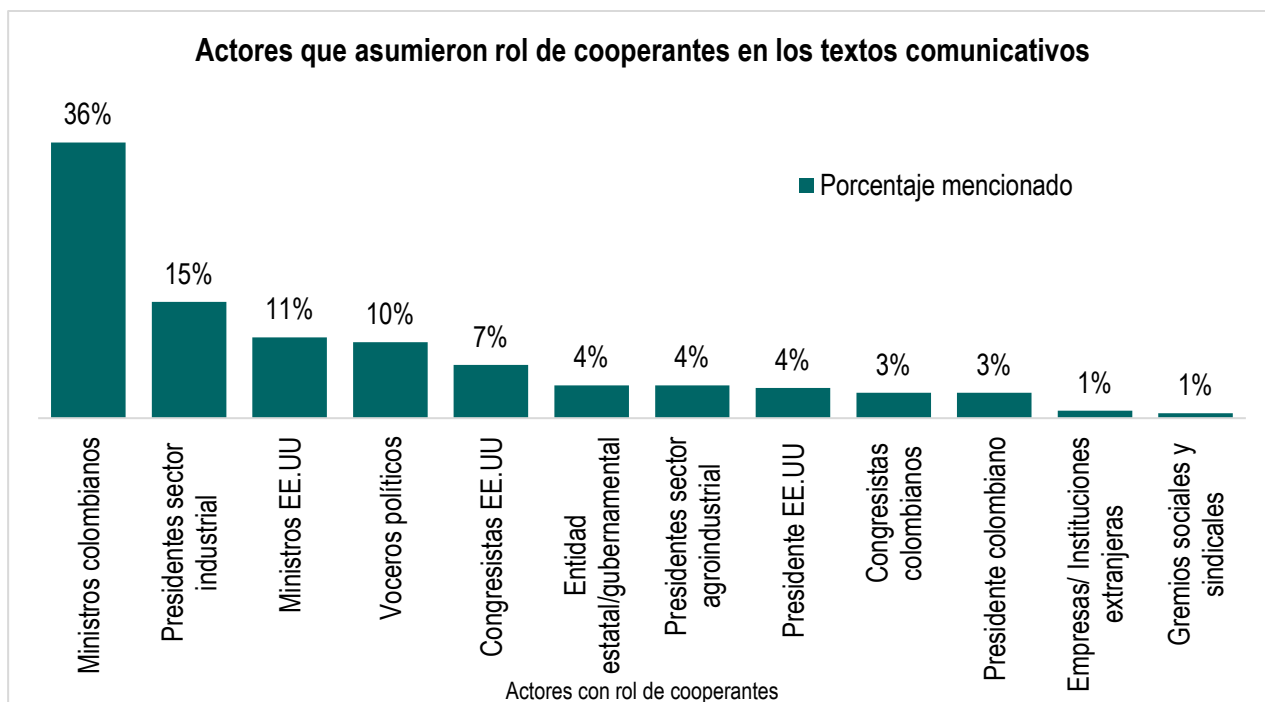
Los roles son la manera en que actúan los actores dependiendo de las funciones sociales que se les asignan. Serrano señalaba que en los relatos de instituciones mediadoras como El Tiempo, los roles enajenan la persona del actor al papel público.

Para el caso del periódico El Tiempo, identificamos que la mayoría de los actores en los relatos figuran como portavoces de organizaciones, instituciones o grupos de personas, de esta manera, hubo una redundancia de estos roles, de carácter públicos, institucionales, por medio de los cuales se permiten conservar el sistema social (Serrano, 1994, p.56). Ahora bien, teniendo claro esto, podemos señalar que el periódico El Tiempo dio prioridad en sus relatos a actores que desempeñaban esa clase de roles, esto es común en los relatos sociopolíticos.

Sin embargo, se analizó si estos actores institucionales u organizativos se desempeñaron como cooperantes, que actúan directamente en las mismas acciones de los actores *o como opositores*, que actúan impidiendo la realización de los fines propuestos por los actores. De esta manera identificamos lo siguiente:

- **Actores que asumieron rol de cooperantes**

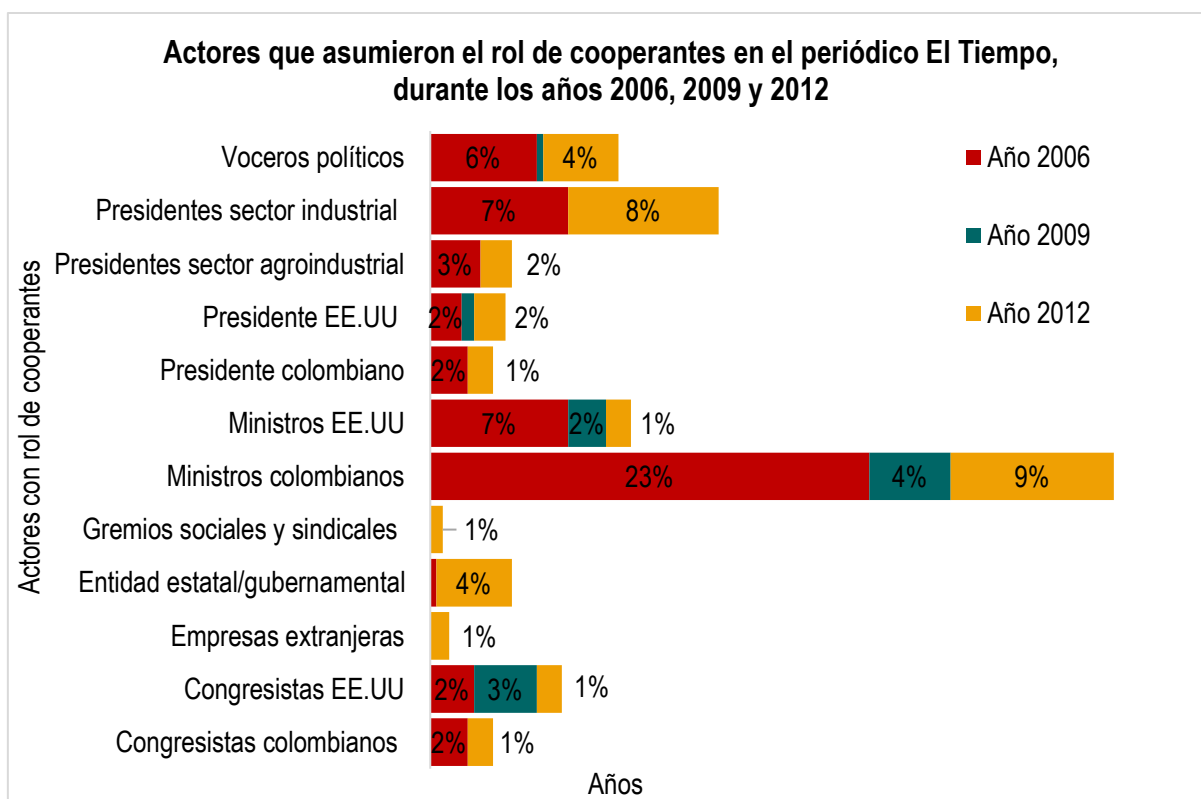
De este modo, en el periódico El Tiempo se identificaron como cooperantes a: *los ministros colombianos, los presidentes sector industrial*, que en gran mayoría cooperaron con el héroe, que en este caso es el gobierno colombiano y sus cercanos. *Los ministros de EE. UU, los congresistas EE. UU, presidente de EE. UU*, cooperaron con el antagonista, que en este caso fue el gobierno EE.UU. Sin embargo, los cooperantes del héroe tuvieron mayor relevancia, lo que permitió al gobierno colombiano tener mayor legitimidad en su representación sobre del TLC, lo que ayudó a crear un ambiente de optimismo alrededor del acuerdo. (Ver ilustración 33)



**Fuente:** Elaboración propia a partir del análisis de textos comunicativos sobre el TLC entre EE. UU y Colombia en el periódico El Tiempo en los años 2006, 2009 y 2012

**Ilustración 33.** Actores que asumieron rol de cooperantes en los textos comunicativos

Por otro lado, según la etapa del acuerdo este rol fue más predominante. En el 2006, *los ministros colombianos, los presidentes industriales y voceros políticos* actuaron de forma cohesionada para lograr el cierre de negociaciones. Para el 2009, en la etapa de congelamiento legislativo aparecieron principalmente *los ministros colombianos*, cooperando con el gobierno colombiano y *los congresistas EE. UU*, cooperando con el gobierno EE.UU. Para el 2012, en la etapa de implementación del acuerdo comercial, se encontró principalmente a *los ministros colombianos, los presidentes industriales, entidad estatal/gubernamental y voceros políticos* actuaron de cooperantes del héroe para que la representación social positiva del TLC fuera legitimada y marginada de las críticas (*Ver ilustración 34*)



**Fuente:** Elaboración propia a partir del análisis de textos comunicativos sobre el TLC entre EE. UU y Colombia en el periódico El Tiempo en los años 2006, 2009 y 2012

**Ilustración 34.** Actores que asumieron el rol de cooperantes en el periódico El Tiempo, durante los años 2006, 2009 y 2012

- **Actores que asumieron rol de opositores**

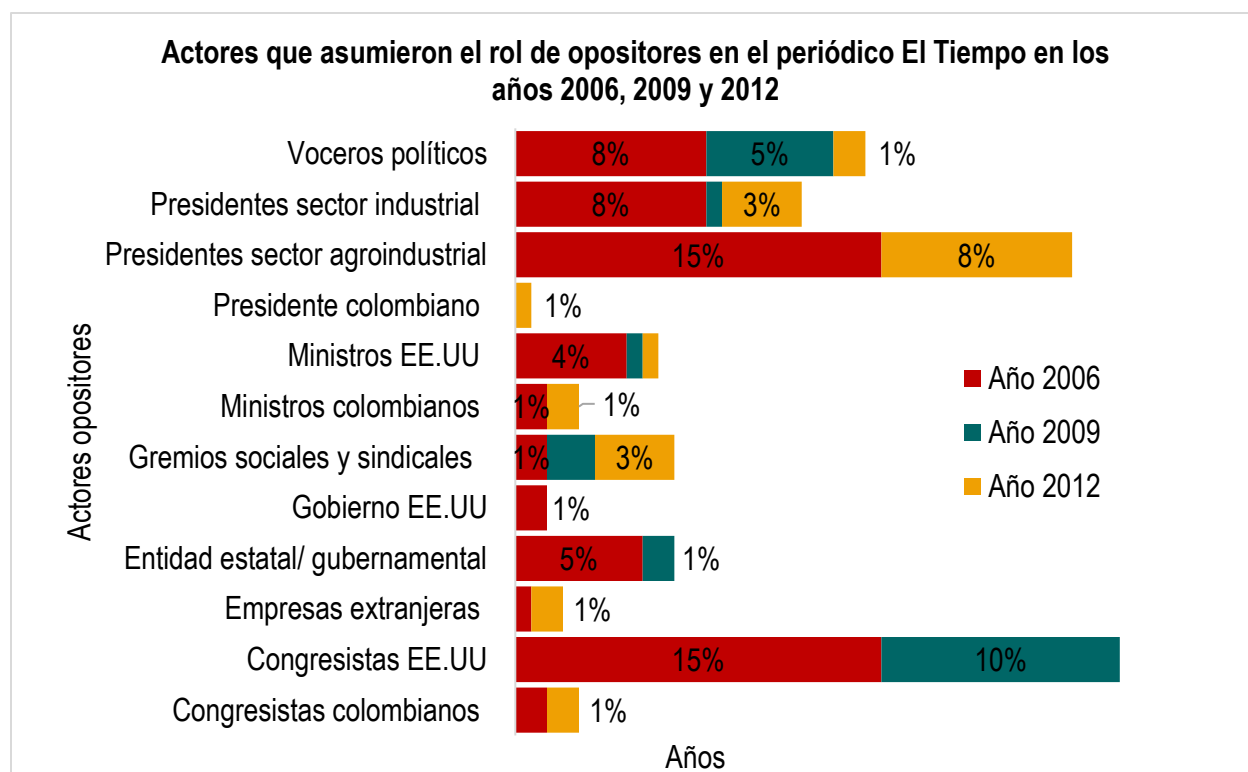
En el periódico El Tiempo se identificaron que actuaron bajo este rol fueron principalmente los congresistas EE. UU, los presidentes sector agroindustrial, industrial y los voceros políticos, los cuales en su mayoría actuaron de opositores ante los héroes, principalmente del gobierno colombiano y el equipo negociador colombiano (*Ver ilustración 33*)



**Fuente:** Elaboración propia a partir del análisis de textos comunicativos sobre el TLC entre EE. UU y Colombia en el periódico El Tiempo en los años 2006, 2009 y 2012

**Ilustración 35.** Actores que asumieron rol de opositores en los textos comunicativos en el periódico El Tiempo en los años 2006, 2009 y 2012.

Por otro lado, se identificó que para el 2006, en la etapa de cierre de negociaciones actuaron principalmente *el presidente del sector agroindustrial, los congresistas EE. UU, los voceros políticos, presidentes de sector industrial*. En el 2009, en la etapa de congelamiento legislativo, los congresistas EE. UU y los voceros políticos, asumen principalmente el rol opositor ya que presentaron críticas al acuerdo comercial. En el 2012, en la etapa de implementación del acuerdo comercial, se tiene que el rol de opositores lo asumieron *los presidentes del sector agroindustrial, industrial y los gremios sociales y sindicales*. Por lo tanto, el periódico El Tiempo para esta época marginó de las críticas de los sectores industriales y agrícolas el TLC (Ver ilustración 36).



**Fuente:** Elaboración propia a partir del análisis de textos comunicativos sobre el TLC entre EE. UU y Colombia en el periódico El Tiempo en los años 2006, 2009 y 2012

**Ilustración 36.** Actores que asumieron el rol de opositores en el periódico El Tiempo en los años 2006, 2009 y 2012

En conclusión, a partir del análisis de ambos roles, se obtuvo que los algunos actores cambian de roles dependiendo de la etapa de negociación, un ejemplo de ello son los presidentes del sector industrial que en la etapa de negociaciones, asumían posturas contrarias a las del gobierno nacional, en los temas arancelarios, cuotas de importación entre otras. Pero en la etapa de implementación del TLC, actuaron de manera distinta, asumiendo un rol de cooperantes con el gobierno colombiano, celebrando la firma del acuerdo y pronunciándose en esta vía. Esto mismo pasó con los congresistas EE. UU, en el caso de los demócratas, que congelaron la firma del TLC en el 2006, pero en el 2011 aprobaron el acuerdo, o en el caso del presidente de EE. UU, cuando estaba de presidente G. Bush, apoyaba todo el proceso para lograr la firma del TLC, pero cuando llegó Barack Obama todo cambió, tal como lo explicamos en el capítulo II.

De esta manera, podemos señalar que hay actores que muy congruentes y lógicos en sus posiciones, tales como los gobiernos colombianos y el presidente colombiano, pero otros

mencionados anteriormente, cambiaban dependiendo del desarrollo de los acontecimientos, es decir adaptándose a la coyuntura.

De esta manera, se presentan los relatos sobre el TLC entre Colombia y Estados Unidos bajo la estructura de un relato épico, porque se construye en torno a un conflicto entre actores antagónicos. De esta manera, el rol de cooperantes suele más numeroso para el héroe (protagonista) que para él antihéroe (antagonista), pues la representatividad institucional que asume el actor protagonista está sujeto a los intereses del periódico para alcanzar con éxito sus objetivos. (Serrano 1994)

#### **4.2.2. La actuación del Actor en el desempeño del Rol.**

Según Serrano (1994) cuando un actor interviene en el acontecer asumiendo un rol en sus interacciones con los demás lo hace con vistas a obtener algún resultado. Por ende, identificar la relación entre el rol del actor, sus objetivos y la evaluación que recibe, le permite al relator proponer a las audiencias aquellos comportamientos que tienen aprobación social y aquellos que no deben imitar (Serrano, 1994, p.266)

Para el caso del periódico El Tiempo, fue difícil identificar esta relación puesto que el relato fue presentado por medio de noticias económicas con contenido preciso. Sin embargo, se identificó que los actores (protagonistas, antagonistas y ayudantes) desempeñaron su rol en el relato con base a dos objetivos (basados en los objetivos vitales de Coleman y Buhler, citados en Serrano, 1994, p.268): *uno de adaptación*, donde se asegura la integración del “endogrupo”, actuando con cautela y sumisión para alcanzar la seguridad del sujeto y los suyos, que incluye aceptar normas y costumbres (Serrano, p.268) y por otro lado, *uno de poder*, que persigue el renombre, los honores públicos orientado a la hetero afirmación (Serrano, p.268)

De esta manera, el objetivo *de adaptación*, se refleja en algunos actores en donde la acción de estos iba encaminada a mantener la cohesión de sus cercanos, de sus pares, de los miembros del mismo grupo. Un ejemplo de ello es cuando los presidentes (tanto los de Colombia, EE. UU, industriales y agroindustriales) daban una declaración sobre aspectos del TLC, un número de actores (entre ellos los ayudantes) salían a demostrar su apoyo y reforzar el mensaje, lo que denota una relación entre dirigentes-dirigidos, con el objetivo de lograr una meta común y dar la impresión de cohesión del grupo. Así mismo, se logró establecer el *objetivo de poder*, muy característico en los presidentes colombianos y estadounidenses, pero también, se veía reflejado en los ministros colombianos entre los cuales figuraban unos más que otros. Un ejemplo es que entre el equipo



negociador colombiano había cargos y funciones los cuales jerarquizaban su acción, por ende, en las declaraciones de los avances de la negociación del TLC, quien las realizaba no era el Ministro de Comercio, sino el “Zar del TLC”, es decir, el jefe negociador. Así, mientras unos aceptan el liderazgo de un actor, en donde estos líderes tratan de sobresalir, los dirigidos deben asumirlo porque si no la imagen de la institución u organización se ve perjudicada.

De esta manera, se identificó que los objetivos que perseguían los protagonistas, principalmente el gobierno colombiano y sus cercanos, eran legítimos, dado que los comportamientos que desempeñaron lo hicieron desde cargos gubernamentales y públicos, sin tacha alguna, con lo cual se logra el objetivo del grupo del gobierno. Así el periódico El Tiempo evidenció que el gobierno colombiano, con el cual se identifica, logró un objetivo legítimo, el cual era firmar un TLC entre Colombia y EE. UU. Así todo aquel que se opusiera a este objetivo o lo criticaran sus acciones y argumentos carecían de justificación y legitimidad. De esta manera, el periódico logró proyectar esta representación del TLC como única opción posible y legítima.

#### **4.2.3 Análisis de utilización de fuentes**

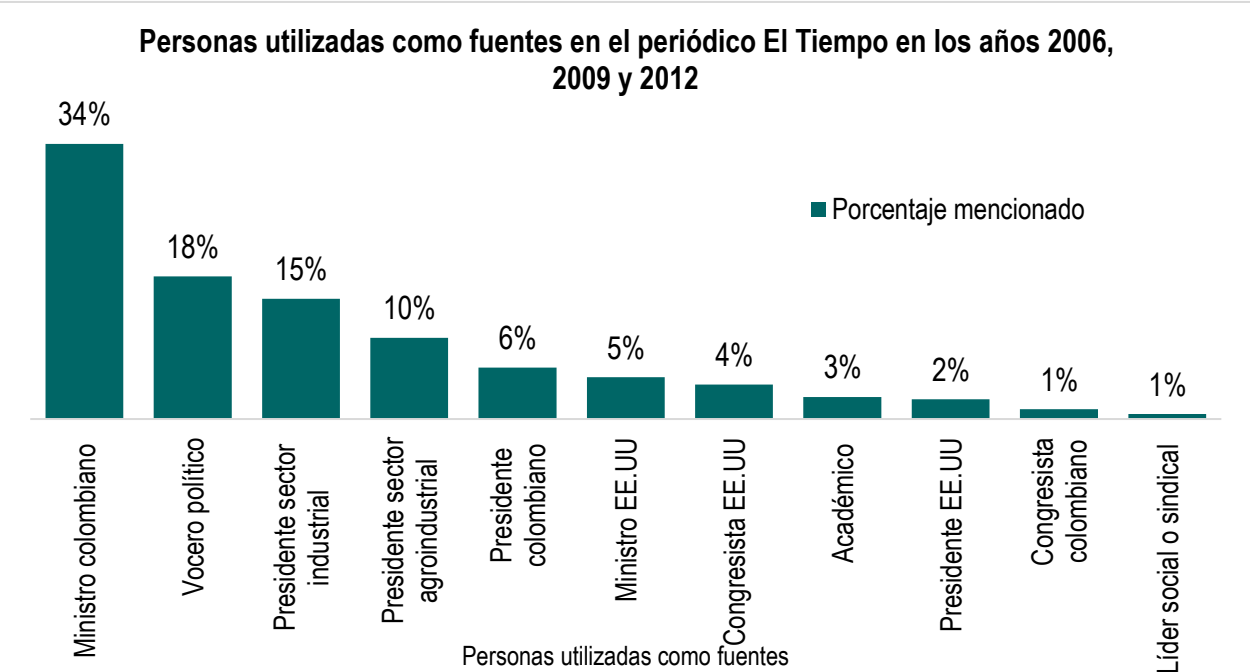
La identificación de las fuentes sirve para conocer los distintos orígenes de información que utiliza el medio para elaborar el texto comunicativo

- **Cuando las fuentes son personas:**

En el periódico El Tiempo se identificaron 11 grupos de personas que fueron usadas como fuentes de información, las cuales en su gran mayoría aparecen como actores (protagonista, antagonistas o ayudantes) del relato. Entre ellas se encuentran principalmente *los ministros colombianos, los voceros políticos* (entre los cuales se encuentran los presidentes de organizaciones privadas, voceros o funcionarios de entidades como Fedesarrollo (Fundación para la Educación Superior y el Desarrollo), Proexport (Asociación de Productores y Exportadores), organizaciones financieras, tales como FMI, BM, Bancolombia, empresas de servicios, voceros de ONG, tales como Oxfam, Planeta Paz, Portafolio Verde, Misión Salud), *presidentes sector agroindustrial, presidente sector industrial*. Por otro lado, personas como *líder sindical, congresista colombiano, académico*, fueron relegados del relato porque en su mayoría presentaban posiciones contrarias, que podían obstaculizar la representación positiva que el periódico proyectó sobre el acuerdo comercial (Ver *ilustración 37*)

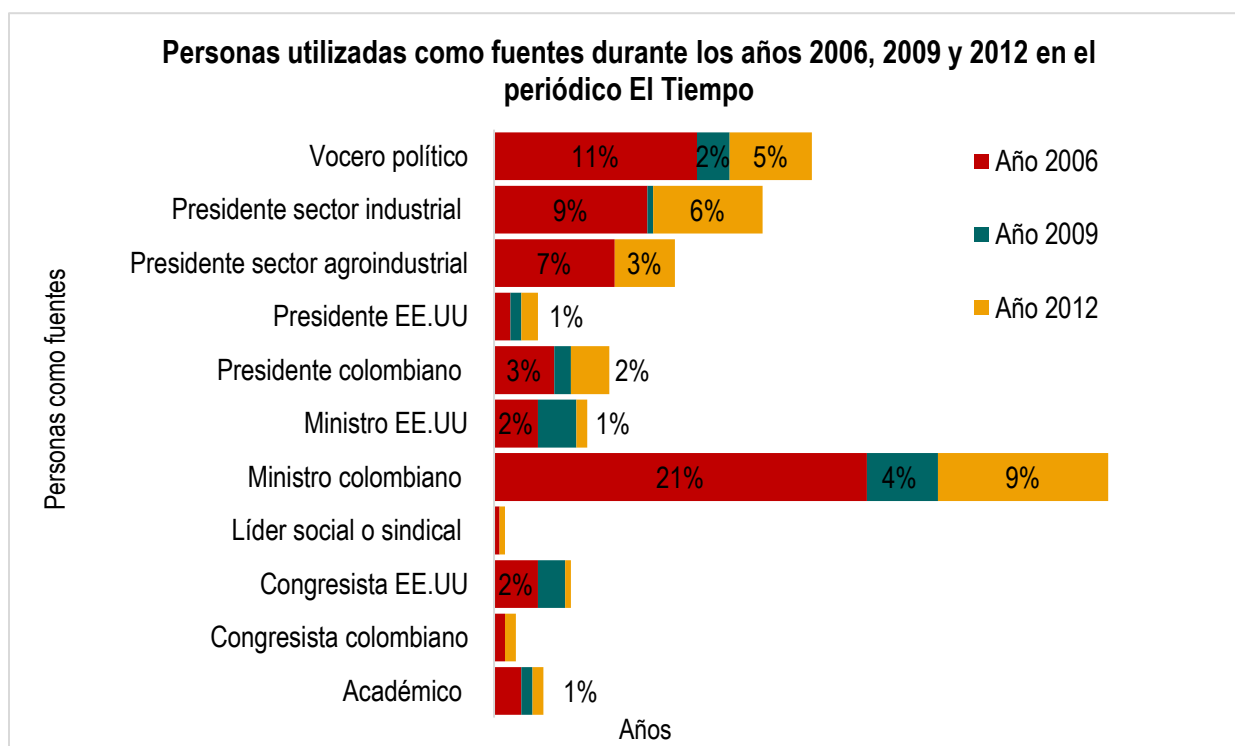
Esta representatividad institucional del periódico por mostrar el TLC como un acuerdo beneficioso, pasó por escoger principalmente como fuentes a personas que desempeñaban cargos gubernamentales o institucionales cercanos al gobierno colombiano

Por otro lado, el uso de fuentes varió según las etapas del TLC, por ende, para el año 2006, fueron usadas principalmente *los ministros colombianos, el presidente sector agroindustrial, industrial, vocero político*. En el 2009, fueron utilizadas como fuentes *los ministros colombianos, ministros EE. UU, voceros políticos*. Para el 2012, se tomaron como fuente principalmente *a los ministros colombianos, presidente sector industrial, vocero político* con el ánimo de respaldar las opiniones principalmente de los actores protagonistas, principalmente del gobierno colombiano que concebía el TLC como un acuerdo beneficioso (Ver *ilustración 38*).



**Fuente:** Elaboración propia a partir del análisis de textos comunicativos sobre el TLC entre EE. UU y Colombia en el periódico El Tiempo en los años 2006, 2009 y 2012

**Ilustración 37.** Personas utilizadas como fuentes en el periódico El Tiempo en los años 2006, 2009 y 2012



**Fuente:** Elaboración propia a partir del análisis de textos comunicativos sobre el TLC entre EE. UU y Colombia en el periódico El Tiempo en los años 2006, 2009 y 2012

**Ilustración 38.** Personas utilizadas como fuentes durante los años 2006, 2009 y 2012 en el periódico El Tiempo

- **Cuando las fuentes son organizaciones o instituciones:**

Para el periódico El Tiempo se identificaron 8 organizaciones o instituciones utilizadas como fuentes, principalmente se encuentran *los entes y oficinas gubernamentales*, tales como: la oficina de aprovechamiento del TLC, la Agencia Nacional de Infraestructura, las embajadas, el Invima, Proexport, Banco de la república, entre otros. El *gobierno colombiano*, que lo componen los ministerios de Agricultura, Comercio, Ambiente, Hacienda, entre otros. *Las asociaciones agroindustriales e industriales* tales como: Fedegán, Fenavi, la SAC, Coltabaco, Acopi, Acolfa, Fedepanela, Asolcoflores, Analdex, Colanta, Fenalce, la ANDI, entre otros. *Organizaciones privadas* como tales como ONG, Oxfam, Planeta Paz, Portafolio Verde, Misión Salud, Almacenes Éxito, Gecolsa, Aseguradoras, el BID, el BM, el FMI. (Ver ilustración 39)

Por lo tanto, el periódico El Tiempo tuvo un uso reiterado de entidades, organizaciones asociadas al gobierno colombiano con el propósito de legitimar la posición del gobierno colombiano sobre el TLC, por ello, dejó al margen a los gremios sociales y sindicales organizaciones sociales, tales como asociaciones de indígenas, sindicatos como la CGT ( Confederación General del Trabajo), la CUT (Central Unitaria de Trabajadores de Colombia), la CTC (Confederación de Trabajadores de Colombia) de los relatos que presentaron posiciones distintas sobre el acuerdo.

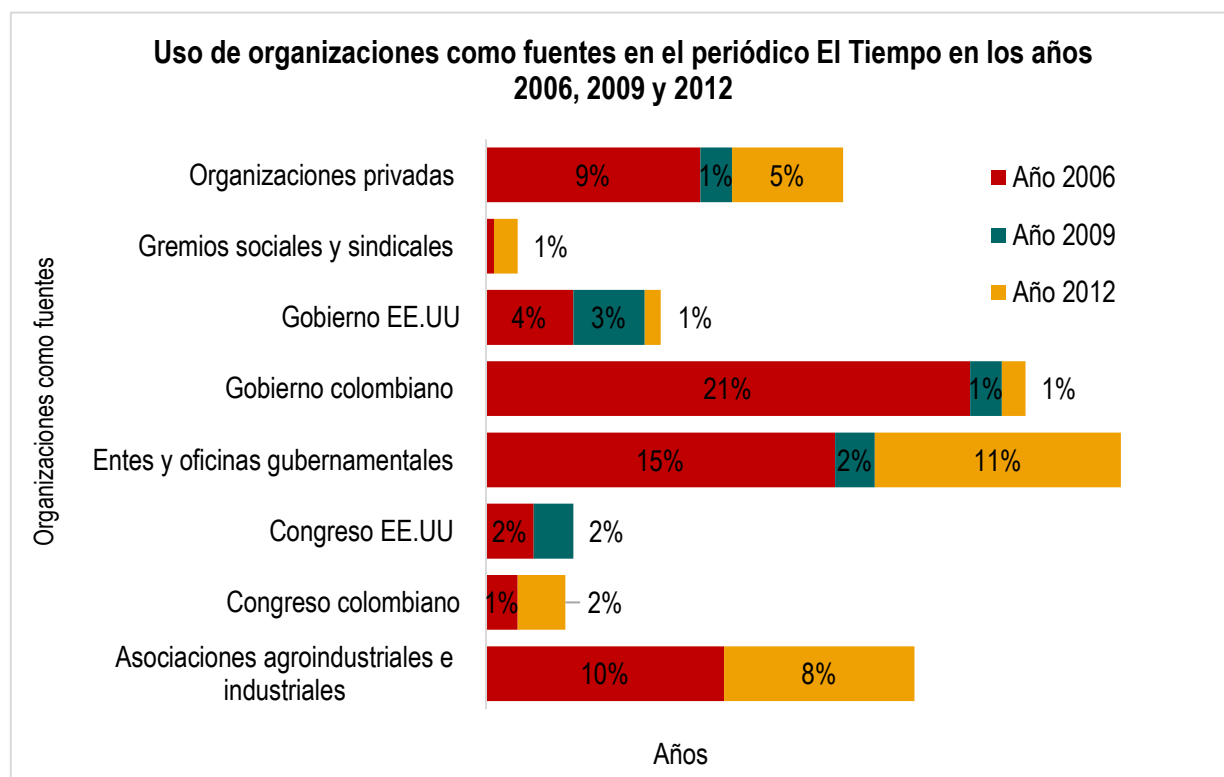


**Fuente:** Elaboración propia a partir del análisis de textos comunicativos sobre el TLC entre EE. UU y Colombia en el periódico El Tiempo en los años 2006, 2009 y 2012

**Ilustración 39.** Uso de organizaciones como fuentes por el periódico El Tiempo en los años 2006, 2009 y 2012

Por otro lado, se identificó que durante la etapa del cierre de negociaciones en el año 2006, se citaron principalmente *el gobierno colombiano, los entes y oficinas gubernamentales, las asociaciones agroindustriales e industriales y organizaciones privadas*. En el 2009, fueron citadas principalmente *el gobierno colombiano y los entes y oficinas gubernamentales*. En 2012, en la implementación del acuerdo, *los entes y oficinas gubernamentales y las asociaciones agroindustriales e industriales, fueron utilizadas principalmente para apoyar las posiciones positivas sobre el TLC*. De este modo, el periódico hizo uso de estas organizaciones en la etapa en

la cual se presentaban mayor número de posiciones contrapuestas, durante el 2006 y en la etapa de implementación en el año 2012 (*Ver ilustración 40*).



**Fuente:** Elaboración propia a partir del análisis de textos comunicativos sobre el TLC entre EE. UU y Colombia en el periódico El Tiempo en los años 2006, 2009 y 2012

**Ilustración 40.** Uso de organizaciones como fuentes en el periódico El Tiempo en los años 2006, 2009 y 2012

#### 4.4. Nivel de evaluación

En la estructura narrativa de los relatos del periódico El Tiempo se identificaron expresiones reiteradas por el medio para referirse al TLC. Por ende, la reincidencia de estas expresiones son una muestra de la representación o interpretación que el periódico quiso proyectar según sus intereses, sobre el tratado. Por ende, se encuentran expresiones como: “*Beneficioso*”, “*genera crecimiento económico*”, “*genera empleo*”, “*Lesivo*”, “*Trae oportunidades*”, “*Es prioritario*”, “*lesivo*”, que apuntan en su mayoría a resaltar los aspectos económicos positivos del acuerdo, evidenciando así que el medio proyectó una representación similar a la del *gobierno colombiano* sobre el TLC. Además, el periódico utilizó expresiones como “*lesivo*”, “*prioritario*” para darle una

impresión de objetividad, es decir, de demostrar aparentemente que el periódico recogía diferentes puntos de vista.

Como la mayoría de textos son noticias de carácter económico es usual encontrar referencias a temas como “*crecimiento económico*”, “*generación empleo*” que se relacionan a perspectivas de aumento de inversión, exportaciones, que necesariamente se traducirían en generación de riqueza para el país. Estos fueron utilizados como formas para reforzar la representación que deseaba proyectar el periódico sobre el TLC, con el propósito de conducir al lector a tomar en cuenta los aspectos beneficiosos del acuerdo, para que los aspectos negativos no fueran validos o deslegitimados en los relatos. (Ver *ilustración 41*)

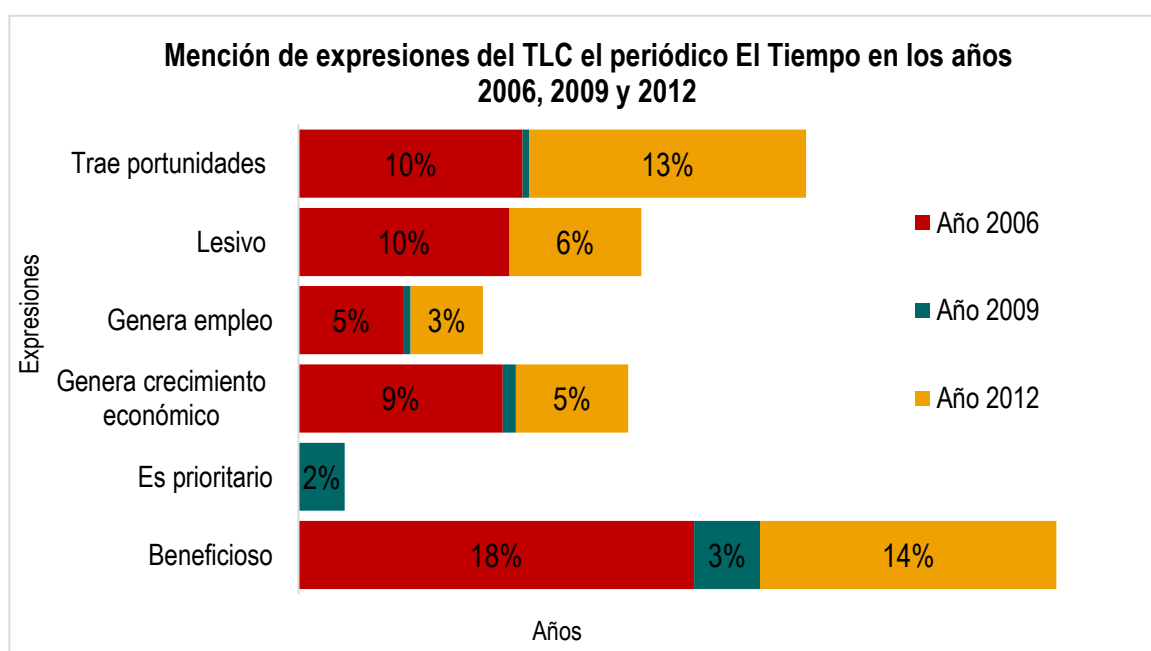


**Fuente:** Elaboración propia a partir del análisis de textos comunicativos sobre el TLC entre EE. UU y Colombia en el periódico El Tiempo en los años 2006, 2009 y 2012

**Ilustración 41 .** Expresiones del TLC en los textos comunicativos del periódico El Tiempo en los años 2006, 2009 y 2012

Por otro lado, se identificó que el uso de estas expresiones varió entre las etapas del TLC. Para el año 2006, en pleno cierre de negociaciones donde se presentaron las posiciones contrarias entre los actores aparecieron reiteradas: *beneficioso*, *genera crecimiento económico*, *trae oportunidades* y *lesivo*. Para el 2009, en la etapa de congelamiento legislativo fueron utilizados expresiones tales como: *es prioritario* y *beneficioso*, para incentivar la aprobación del TLC por el congreso EE.UU. En 2012, fueron utilizadas mayoritariamente *beneficioso*, *trae oportunidades*, con el propósito de resaltar los aspectos positivos del TLC tras su implementación.

De acuerdo a lo anterior, el periódico El Tiempo utilizó estas expresiones para tres fines, primero para imprimir neutralidad a los relatos, en el sentido de integrar expresiones positivas y negativas del acuerdo, segundo, para contrarrestar y neutralizar las críticas al tratado, en algunos casos por parte de los gremios industriales, agroindustriales, gremios sociales y otros sectores, que señalaban que la estructura industrial y agrícola del país no contaban con las condiciones económicas, tecnológicas y de producción para soportar la competencia con EE.UU, mercado altamente subsidiado y por lo tanto, la firma del TLC produciría pérdidas enormes en materia económica y laboral. Tercero, para lograr efectivamente proyectar una representación institucional sobre el TLC que fuera válida para las audiencias. (Ver ilustración 42)



**Fuente:** Elaboración propia a partir del análisis de textos comunicativos sobre el TLC entre EE. UU y Colombia en el periódico El Tiempo en los años 2006, 2009 y 2012

**Ilustración 42.** Mención de expresiones del TLC el periódico El Tiempo en los años 2006, 2009 y 2012

En conclusión, el estudio de la dimensión cognitiva es importante para la sociología y las Ciencias Sociales, porque permite analizar la forma en que se está contando la realidad y con ello descubrimos los intereses inmersos de la prensa. Ahora bien, la estructura de este relato debe ser objeto de estudio, pues como se establece en el capítulo III, estos inciden en las conductas e interpretaciones de los individuos hacen de la sociedad. Por ende, identificamos que la estructura

narrativa de los relatos sobre el TLC en el periódico El Tiempo, demanda un relato épico, el cual se construye en torno a un conflicto entre actores antagónicos, entre los “buenos” (héroes) y “malos” (villanos), en este caso, entre dos visiones del TLC. Además, porque en el relato figuran las acciones e ideas del héroe, en este caso el gobierno colombiano.

En ese sentido apelando a esta estructura de relato, el periódico reitera una representación de un modelo de mundo, el cual coincide con la representación que proyectó el gobierno colombiano sobre el TLC entre Colombia y Estados Unidos. Esto se logra a partir de reafirmar códigos, la reiteración de actores, roles, expresiones, que lo que permiten es reproducir y mantener un sistema de valores estable y que se ve reflejado en los textos. De ahí que, los relatos sociopolíticos cumplen una función social, la de conservar y reproducir las instituciones mediadoras, por ende, toda representación elaborada por los medios. En este caso, el Tiempo produce información ritualizada en el sentido estructural, apelando a presentación de los relatos de formas estables, pero además, reiterar actores, roles, fuentes, que le permite ante el mundo de las audiencias gozar de un estatus de confianza, logrando que toda interpretación sea válida y autorizada. Con esto resulta, que la institucionalización de los medios de comunicación está sujeta al ajuste entre información pública, la organización social y acción social, es decir, perdurara como institución sí participa en la reproducción de la formación social que le utiliza (Serrano, 1994, p.76) y a esto es lo que le apuntan los relatos de temas sociopolíticos.

## **Conclusiones**

La teoría social de la comunicación de Serrano (1994) señala que la cultura y la comunicación son cosas inseparables, puesto que la cultura se contribuye a la base de comunicaciones repetidas. Este recurso repetido a determinadas comunicaciones es lo que decide sobre la cultura y su cambio (Serrano, 1994, p.11). De esta manera, la comunicación institucionalizada debe ser analizada, ya que los productos derivados de ella, permiten reiterar un modelo del mundo inmune a los cambios sociales, “evidenciando que las estructuras narrativas de los relatos de los medios, mitos y cuentos se parecen a veces son las mismas” (Serrano, 1994). Por lo que en la presente investigación se identificó que la representación social proyectada por el periódico El Tiempo, fue muy similar a la que el propio gobierno colombiano construyó sobre el TLC. De esta manera presentaron el TLC entre Colombia y Estados Unidos como un acuerdo que traería grandes beneficios como el crecimiento económico, la generación de empleo y el desarrollo nacional. La estrategia que utiliza



el periódico para difundir esta representación fue expuesta y analizada por medio de las categorías propuestas por Serrano (1994) que son: *la mediación estructural y cognitiva*.

Por una parte, en la mediación estructural se encontró que esta representación fue difundida por medio de la noticia (que se ajustó a los intereses del periódico), en la cual se selecciona lo más importante del acontecer (respondiendo a las preguntas ¿Qué? ¿Quién? ¿Cómo? ¿Cuándo? ¿Dónde? ¿Por qué? (López, 2016), ofreciendo datos exactos, precisos sobre aspectos esencialmente económicos, con el propósito de mantener el TLC al margen de la crítica y opinión sobre temas ambientales, sociales, entre otros. Adicionalmente, las noticias se publicaron generalmente en la sección Económicas y Opinión, ubicadas en las primeras 11 páginas del periódico, acompañadas de fotografías de presidentes, miembros negociadores, ministros, funcionarios gubernamentales, columnistas reconocidos, con el propósito de otorgarle importancia y relevancia al tema sobre otros temas de la coyuntura. De este modo, el medio quiso imprimirles objetividad y rigurosidad a los relatos, a través de todas estas herramientas anteriormente descritas, de modo tal, que la representación difundida por el medio sea tomada como legítima, pero además que sea concebida como única y verdadera.

En la mediación cognitiva, la representación fue difundida por medio de relatos, que utilizaron como marco de referencia el gobierno nacional y sus cercanos, por ende, la información y/o opinión difundida en ellas iba de acuerdo a los intereses de este grupo. Además, el periódico presentó en sus relatos al gobierno colombiano y su equipo negociador como actores protagonistas, jerarquizándolos por las funciones gubernamentales y ayudándose de los actores cooperantes para proyectar una imagen positiva del TLC y además lograr la aprobación y firma del TLC que era el objetivo principal del gobierno nacional. Del mismo modo, presentó como actores antagónicos a ciertos sectores que presentaron posiciones contrarias a las del gobierno nacional, entre ellos se encontraron los congresistas EE. UU, el equipo negociador de EE. UU, los presidentes del sector agroindustrial, industrial y gremios sociales y sindicales. Por otro lado, se identificó que el periódico uso como fuentes de información a personas y organizaciones cercanas al gobierno nacional, en su gran mayoría ministros colombianos y entes gubernamentales. Adicionalmente, el periódico utilizó expresiones referentes al TLC que reforzaron esta representación, tales como: “Beneficioso”, “genera crecimiento económico”, “genera empleo”, “Trae oportunidades”, “Es prioritario”.

De esta manera, el periódico El Tiempo proyectó una representación homogénea del acuerdo, la cual se acompañó de un discurso unificado y cohesionado de los actores protagonistas y los actores ayudantes, que resaltaban los beneficios económicos del TLC para el país, ofreciendo así, una representación parcializada y mediada por los intereses del gobierno colombiano con el propósito de neutralizar las voces opositoras y lograr la firma y aprobación del TLC, conseguida en el año 2011. El uso de las anteriores herramientas, tales como la reiteración de actores, roles, expresiones, el uso de fuentes y apelando a una estructura del relato épico, el periódico El Tiempo consiguió reiterar un modelo de mundo, un modelo económico, que concebía como prioritaria la firma de acuerdos comerciales como el de Estados Unidos, así el medio logró proyectar una representación similar a la representación que proyectó el gobierno colombiano sobre el TLC. De este modo, podemos reafirmar, que los relatos sociopolíticos cumplen una función social y es de conservar, reproducir las instituciones mediadoras.

Es probable entonces que los lectores de las noticias del periódico El Tiempo sobre el TLC entre Colombia y Estados Unidos hayan construido una opinión positiva frente a él, ya que los medios de comunicación, y sobre todo la prensa, son fuentes de información a través de las cuales es posible que los individuos creen opiniones y orienten sus acciones en la vida cotidiana (Cuevas, 2011). Por ello, aquí radica la importancia del estudio de la mediación de los medios de comunicación pues “el análisis de la producción social de comunicación es un punto de partida para estudiar las relaciones que existen entre la transformación de la comunicación pública y el cambio de las sociedades” (Serrano, 1994)

Los resultados derivados de este trabajo de investigación reflejan la relevancia y necesidad de analizar la prensa como una fuente documental, desde la cual se pueden llegar a conocer las representaciones que circulan en la sociedad (Cuevas, 2011). Sin embargo, la prensa según Artese (2011), no puede ser concebida como la representación del universo total de las interpretaciones, porque su difusión está controlada por editores, reporteros, diseñadores que manipulan la información presentada.

Para concluir, es necesario que el campo de la investigación sociológica se proyecte a profundizar el estudio de la comunicación institucionalizada, sobre todo la prensa, pues no se puede ignorar la importancia y el alcance que tiene periódicos como El Tiempo en el tratamiento de temas económicos. Pero, además, debemos recordar que la comunicación pública es un espacio para la acción social, en el que las comunidades también se han jugado a lo largo de la historia, su

viabilidad como organizaciones y su destino (Serrano, 1994, p.18). De modo que las investigaciones sobre la producción comunicativas deben estar encaminadas a la transformación de las sociedades por medio de estrategias comunicativas que permitan conseguir relatos más integradores, en donde se ofrezcan nuevos marcos de referencia para entender la realidad social en la que vivimos.

### Bibliografía

- Althusser, L. (1989). *Ideología y aparatos ideológicos del Estado (Notas para una investigación) en la Filosofía como arma de revolución*. (18a. Ed.). México: Siglo XXI. Recuperado el septiembre de 2017, de <https://detemasytemas.files.wordpress.com/2012/01/althusser-1989-ideologic3ada.pdf>
- Ardila, M., Cardona, D., Cardona, D., & Ramírez, S. (2011). Prioridades e instrumentos de la inserción internacional de Colombia. *Colombia: una política exterior en transición*, 91-121.
- Artese, M. (2011). La protesta social y sus representaciones en la prensa argentina entre 1996 y 2002. *Perfiles Latinoamericanos* (38), 89-114.
- Bourdieu, P. (2001). *Poder, Derecho y Clases sociales*. España: EDITORIAL DESCLÉE DE BROUWER, S.A.
- Cala Cala, J. (2010). Las representaciones sociales de la noticia en el periódico El Tiempo y los modelos de propaganda política (Bachelor's thesis, Facultad de Ciencias Políticas y Relaciones Internacionales).
- Cardona, D. (2011). ¿Puede tener Colombia una estrategia de política exterior? *Colombia: Una política exterior en transición*.
- Carvajal, L. (2011). El acuerdo de cooperación militar entre Colombia y Estados Unidos: ¿disuasión por soberanía. *Colombia: una política exterior en transición*, 273-305.
- CINEP. (2009). Falsos Positivos. Balance del segundo semestre de 2008. En Informe especial. <https://construcciondepaz.files.wordpress.com/2009/05/sintesisjecucionescinep.pdf>
- COMISIÓN DE REGULACIÓN DE TELECOMUNICACIONES (CRT). (2006). "Séptimo Informe Sectorial de Telecomunicaciones". Bogotá D.C., Julio 2006 - No. 7. [https://www.crcm.gov.co/uploads/images/files/Informe\\_sectorial\\_7.pdf](https://www.crcm.gov.co/uploads/images/files/Informe_sectorial_7.pdf)
- Cuevas Cajiga, Yazmín. (2011). Representaciones sociales en la prensa: aportaciones teóricas y metodológicas. *Sinéctica*, (36), 1-19.

- Ferreira Marinho, M., & Cappellano dos Santos, M. M. (2011). Representaciones sociales del fenómeno turismo sexual: Análisis de notas periodísticas. *Estudios y perspectivas en turismo*.
- Garcés, E. D., & Medina, H. S. (2011). La categoría mediaciones en los análisis de las lógicas de producción periodísticas en la web. *Mediaciones sociales*, (9), 35-72.
- García, D. C. (1997). Las representaciones de los relatos económicos de dos semanarios de la prensa escrita española de difusión internacional (Segunda parte). *Reflexiones*, 54(1), 3.
- González, F. (2006). El fenómeno político de Álvaro Uribe Vélez. *Instituto de Investigación y Debate sobre la Gobernanza*, 18.
- Carabaza, J. C. (2007). El papel de la prensa en la construcción de las representaciones sobre la problemática ambiental en los habitantes de Saltillo, Coahuila. *Convergencia: Revista de ciencias sociales*, ISSN 1405-1435(43), 39-71.
- Gutiérrez, S., & Cuevas, Y. (2012). Representaciones sociales de Enrique Peña Nieto, candidato a la presidencia de México 2012-2018, en la prensa escrita. *Cultura y representaciones sociales*, 7(13), 63-95.
- Hernández M., Gerardo A. (2010). Los derechos humanos, una responsabilidad de la Psicología Jurídica. *Diversitas: Perspectivas en Psicología*, 6(2), 415-428.
- Lazarsfeld, P., & Merton, R. (1977). Comunicación de masas, gusto popular y acción social organizada. *Musaro, Heriberto (comp.): La comunicación de masas, Bos Aires, Centro Editor de América Latina*.
- Londoño, J. F. (2011). Colombia y Estados Unidos: una relación por revisar. Colombia una política exterior en transición. Bogotá: FESCOL, 235-272.
- López, T. S. (2016). Las clases de periodismo. Tradición, (13). <http://revistas.urp.edu.pe/index.php/Tradicion/article/view/378/374>.
- Mayor, C. A. (2008). *Cali, capital deportiva, ciudad cívica y sede del narcotráfico, tres representaciones sociales urbanas*. Tesis de maestría, Cali.
- Mesa, C., Javier, R., Restrepo, O., Constanza, D., Aguirre, B., & Catalina, Y. (2008). Crisis externa y desaceleración de la economía colombiana en 2008-2009: coyuntura y perspectivas. *Perfil de coyuntura económica*, (12), 31-67.
- Millán Cano, J. D., Barbosa, J., & Giovanny, W. (2012). Impacto del tratado de libre comercio entre Colombia y EE.UU., sobre el acceso a los medicamentos en Colombia. *Acta Odontológica Colombiana; Vol. 2, núm. 2*; 147-163 2027-7822.

- Molina, C. V. (2005). Análisis de la representación del "inmigrante delincuente" en la prensa española de referencia. Obstáculos para la comunicación intercultural. *Redes.com: revista de estudios para el desarrollo social de la Comunicación*, 153-166.
- Olave, G. (2013). El proceso de paz en Colombia según el Estado y las Farc-Ep. *Discurso & sociedad*, (2), 338-363.
- Olivella, Santiago, & Vélez, Cristina. (2006). ¿SOBREVIVIRÁ la coalición de Uribe? *Colombia Internacional*, (64), 194-205.
- Ramírez, S. (2011). América Latina y el Caribe: diferenciación y acercamiento. Colombia: una política exterior en transición, 125-144.
- Ramon Javier, M. C., & Rhenals Monterrosa, R. (2004). Resultados de la economía colombiana en 2004 y perspectivas 2005. *Perfil de Coyuntura Económica*, (4).
- Reinel Pulecio, J. (2005). URIBE'S STRATEGY OF NEGOTIATING THE TLC. *Colombia Internacional*, (61), 12-32.
- Ríos, J. A. (2009). La representación social del fenómeno del desplazamiento forzado en la prensa colombiana. *Universitas humanística*, 127-146.
- Samper, A. (1986). Ponencias y resúmenes: La producción social de la Comunicación de Manuel Martín Serrano. (P. U. Social, Ed.) *Signo y Pensamiento* (9).
- Serbin, A., Martínez, L., & Junior, H. R. (2012). El regionalismo post-liberal en América Latina y el Caribe: Nuevos actores, nuevos temas, nuevos desafíos.
- Serrano, M. M. (1994). *La producción social de la comunicación*. México, D.F.: Editorial Patria. S.A de C.V.
- Silva, Laura Cristina. (2007). EL PROCESO DE NEGOCIACIÓN DEL TLC: entre Colombia y Estados Unidos. *Colombia Internacional*, (65), 112-133.
- Uribe Vélez, Á. (2010). Tratado de Libre Comercio Colombia–Estados Unidos. Resumen. Prólogo. [http://www.sice.oas.org/TPD/AND\\_USA/Studies/COLResumen\\_s.pdf](http://www.sice.oas.org/TPD/AND_USA/Studies/COLResumen_s.pdf)
- Vargas, M. (2011). Los costos del invierno ya superaron los \$4,6 billones. <http://www.eluniversal.com.co/monteria-y-sincelejo/economica/los-costos-del-invierno-ya-superaron-los-46-billones-25303>
- Vergara, M. C. (2014). Mujeres en el papel: representaciones de la mujer en el discurso de la moda, 1960-1970. *Historia y Sociedad*, 209-236.

- Wills-Otero, L., & Benito, C. I. (2012). De Uribe a Santos: cambios y continuidades de la política colombiana en 2011. *Revista de ciencia política (Santiago)*, 32(1), 87-107.

## **ANEXOS**

- Tablas de Ilustraciones.
- Fichas de recolección de los años 2006, 2009 y 2012.
- Base de datos de análisis y de recolección.
- Base de datos fotográfica.